

# manga

del\_cuadro\_flotante\_a\_la\_viñeta\_japonesa



josé andrés santiago





GRUPO DE INVESTIGACIÓN  
dx5  
digital & graphic art research

Departamento de Dibujo  
Facultad de Bellas Artes de Pontevedra  
Universidad de Vigo

DIRECTOR E INVESTIGADOR PRINCIPAL  
José Antonio Castro Muñiz

CODIRECCIÓN Y COORDINACIÓN  
Ana Soler Baena

TÍTULO  
Manga.  
Del cuadro flotante a la viñeta japonesa.

FINANCIACIÓN  
Xunta de Galicia  
Consellería de Educación e Ordenación  
Universitaria  
Consellería de Economía e Industria  
Plan Galego de Investigación, Desenvolvemento e Innovación Tecnolóxica - IN.CI.TE  
Ministerio de Ciencia e Innovación  
Universidad de Vigo

LIBRO  
DISEÑO Y MAQUETACIÓN  
Marc Riu Logroño  
José Andrés Santiago Iglesias

IMPRESIÓN  
Gráficas Salnés S. L.

ISBN  
978-84-15097-79-2 (2013)

D.L.  
PO 337-2010

CONTACTO  
Grupo dx5  
digital\_&\_graphic\_art\_research  
Rúa Maestranza 2, 36002, Pontevedra  
Tel: 986 801800  
grupodx5@gmail.com

#### COPYRIGHT

© de los textos: los respectivos autores  
© de las imágenes: los respectivos autores  
© de la presente edición: los respectivos autores

La presente publicación es una obra didáctica, de tirada reducida y con fines divulgativos. El propósito de las imágenes que aparecen reproducidas en la misma no es otro que el de apoyar el texto del autor. Las ilustraciones reproducidas en el presente libro se emplean a título de cita bajo el amparo del derecho de cita establecido en el art. 32 de la Ley de Propiedad Intelectual, para su comentario y para ilustrar el trabajo de investigación realizado por el autor de la presente obra, que versa sobre el manga japonés. Todas y cada una de las imágenes reproducidas son propiedad de sus respectivos autores.



Universidade de Vigo

# MANGA

del\_cuadro\_flotante\_a\_la\_viñeta\_japonesa



#### NOTAS Y ACLARACIONES:

Las viñetas de los manga incluidas en la presente publicación deben leerse de derecha a izquierda, respetando el sentido de lectura oriental, a excepción de las ediciones en inglés, cuyas viñetas se han invertido para adecuarlas al formato occidental. No obstante, a fin de mantener la continuidad, las páginas consecutivas de un mismo cómic se han dispuesto de izquierda a derecha, de acuerdo al sistema de lectura occidental que impera en esta obra. Únicamente las páginas dobles - colocadas en un formato apaisado - respetan el sentido de lectura original, porque no interrumpen la continuidad de la narración y ofrecen una experiencia más fiel a los originales japoneses.

Los números que figuran junto a las imágenes hacen referencia a su mención numerada en el texto.

Los nombres japoneses se han adecuado al estándar occidental, de modo que el apellido figura en segundo lugar, a continuación del nombre. Así, se ha escrito Hayao Miyazaki, en vez de Miyazaki Hayao.

Las palabras y títulos japoneses han sido romanizados siguiendo el sistema Hepburn, de acuerdo a unos criterios lo más sencillos y coherentes posibles, primando su fidelidad al espíritu original del autor e intentando facilitar la comprensión al lector occidental.

En el sistema fonético japonés la o y la u a veces se pronuncian prolongadas (a menudo resultado de la contracción de dobles vocales ou y uu), y aparecen representadas como ô y û, con acentos circunflejos, como sucede en el caso de Katsuhiko Ôtomo.

Los títulos y nombres que contienen palabras de origen no japonés han sido transcritos según la ortografía occidental, como sucede en el caso de *Dragon Ball*, en vez de *Duragon Bôru*.

Los títulos originales reseñados en el texto aparecen en cursiva, los títulos de las publicaciones en castellano o el nombre por el que se conocen las obras también figuran en cursiva. Las traducciones de los títulos originales se han escrito entrecomilladas. Por ejemplo: *Ribon no kishi*; *La princesa caballero*; "El caballero del lazo".

A lo largo del presente estudio se ha trabajado con material bibliográfico en diferentes idiomas. Las citas o menciones a estos escritos se han traducido al castellano para facilitar la fluidez y comprensión de la lectura. Dichas traducciones han sido realizadas por el autor con la mejor voluntad, para adecuarlas al estilo narrativo común presente en toda la obra. Disculpas por todos los errores de transcripción que se pudiesen derivar de dicha acción.

# manga

del\_cuadro\_flotante\_a\_la\_viñeta\_japonesa



josé andrés santiago





índice

<b>prólogo</b>	<b>11</b>
ana soler	
<b>introducción</b>	<b>15</b>
<b>capítulo 1</b>	<b>21</b>
historia	22
mukashi, mukashi	22
ukiyo-e	28
hokusai manga	47
del manga de hokusai al manga actual	54
el manga: acerca de lo antiguo y lo nuevo	58
los kamishibai	68
osamu tezuka o el punto de inflexión	78
el manga que estaba por llegar	97
<b>capítulo 2</b>	<b>119</b>
definición y características	120
palabra vista. imagen leída. el manga como manifestación cultural	120
características morfológicas. la profesión de mangaka	124
el carácter iconográfico del manga. la supremacía de la imagen	134
características formales y conceptuales de las historias del manga	139
los personajes	148
la narración	159
la diversidad	162
<b>capítulo 3</b>	<b>165</b>
tipologías	166
temas, géneros y temáticas	166
temas	168
géneros	171
temáticas	250
<b>capítulo 4</b>	<b>285</b>
anime	286

<b>capítulo 5</b>	<b>305</b>
mercado	306
evolución del mercado japonés. funcionamiento y tendencias editoriales japonesas	306
mercado internacional. japanimation en los 90	331
el mercado español. akira y dragon ball	354
marketing y merchandising. el modelo pokemon: manga, juguetes y videojuegos	366
propiedad intelectual en Japón. exportar pensamiento como modelo de mercado	377
<b>capítulo 6</b>	<b>393</b>
sociedad	394
japonofilia & japonofobia	394
otaku: el aficionado al manga y anime japonés	414
fandom nacional e internacional. convenciones, cosplay y fansubs a través de internet	461
el manga en la vida cotidiana. influencia en el diseño e imaginario contemporáneo japonés	472
sexo y violencia en japon. percepción de las deformaciones del manga en la sociedad	486
<b>capítulo 7</b>	<b>499</b>
arte contemporáneo	500
<b>epílogo</b>	<b>559</b>
<b>apéndice</b>	<b>567</b>
bibliografía	568
glosario	584
relación cronológica	590
copyrights	594





prólogo

prólogo



El estudio que aquí se presenta es el fruto de una singular reflexión sobre la paradoja que significa la convivencia de contrarios en un mismo territorio físico o conceptual. Tomando como objeto de análisis la viñeta japonesa, pretende ser una humilde aproximación, una pequeña gran ventana, abierta al fascinante mundo que representa la sociedad nipona actual.

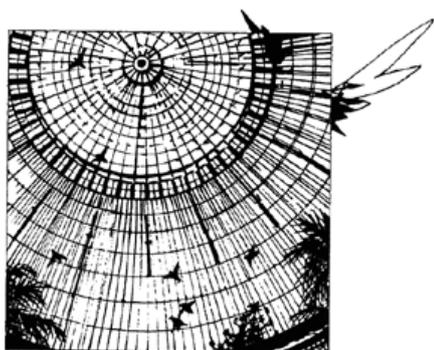
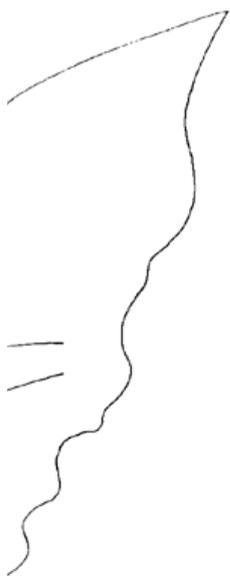
Pensamos que todo artista o persona sensible, debería hacer visible lo invisible. De este modo, el autor, el libro muestra infinitud de aspectos que aún relacionados con el consumo del manga, dialogan con una sociedad donde los vínculos entre los opuestos se tocan conformándose, aparecen y desaparecen para cuestionar la realidad y la ficción del mundo postmoderno imperante en todo el planeta.

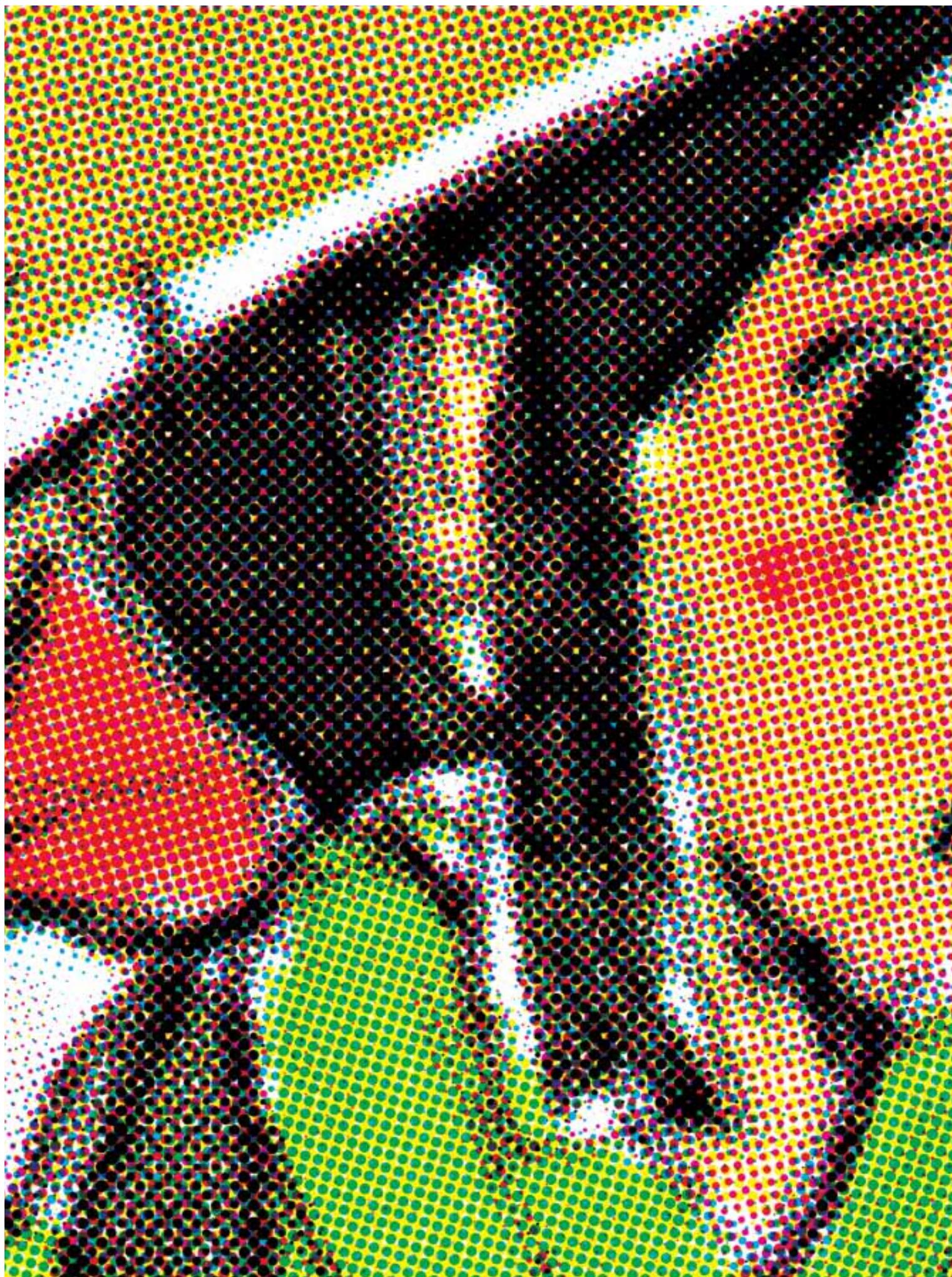
Se apuesta por una exposición de datos objetivos en torno al tema protagonista con el objetivo de plantear la eterna pregunta adyacente que invita al lector a reflexionar por el sentido de en sí mismo del mundo capitalista. Una industria que produce imágenes, iconos, modelos, que mueve política, ideología, nuevas religiones, economía. Una trama compleja de manifestaciones artísticas que habla de mucho más allá de la apariencia.

Para hablar de manga, pues, es imprescindible contextualizar el hecho enfocándolo desde la perspectiva histórica, social, de mercado, profundizando en el hecho del manga como un fenómeno global con amplias implicaciones. Es necesario salirse de los tópicos del objeto en sí, y detenerse en otros miles de detalles susurrantes que la sociedad japonesa nos muestra como paradigma de una ingen-

te producción de situaciones antagónicas y aparentemente contradictorias. Situaciones que conviven alrededor de la propia esencia del hecho sociológico del manga, y que hablan de algo más que "manga" jugando caprichosamente con los ejes del tiempo y del espacio. Estas coordenadas, se superponen al tema de una manera anacrónica para crear unas nuevas sincronías, pasado - presente - futuro, oriente-occidente se yuxtaponen redibujando nuevos mapas.

En Japón, las ramificaciones de la sociedad en el manga y del manga en la sociedad, se trasladan intangibles hacia otros universos como el arte y se hacen presentes, a veces de una manera brutal y otras de una manera sutil y evocadora, para así trasladarnos a un mundo contemporáneo cuanto menos inquietante. Desde mi punto de vista, lo interesante de esta publicación subyace en el hecho de cómo el autor dirige al lector hacia un cambio sustancial en su propia naturaleza, transformándole casi sin darse cuenta en un incipiente "otaku" que sufre una metamorfosis transparente. De este modo, te invita a pasar de coleccionista y curioso del ukiyo-e a moderno aficionado de manga, de amante pasional de la viñeta y cultura japonesa a crítico exigente de una sociedad enloquecida. Sin darte cuenta te disfrazas de cosplay o te conviertes en superhéroe de anime, caminas entre estudios de sociólogo o te ves inmerso en cifras astronómicas propias de analistas de mercado y consumo... Nunca más el manga le será indiferente.







introducción

## introducción

*“Dos bombas no fueron suficientes”<sup>1</sup>*

En 1853 los ‘Barcos Negros’ comandados por el almirante Perry<sup>2</sup> sitiaron el puerto de Yokohama y obligaron – a pesar del recelo manifestado por el pueblo y los gobernantes japoneses – a abrir el país al intercambio comercial con otras naciones extranjeras. Esta demostración de fuerza enmascaraba, no obstante, una maniobra de los países occidentales por dar salida a su inmensa producción, fruto de la Revolución Industrial en la que se hallaban inmersos. El bloqueo militar acarrió el principio de la decadencia de la Era del Shôgunato Tokugawa, cuyos casi tres siglos de mandato y férreo control habían traído paz y prosperidad a toda la nación, aun a costa del sacrificio de las libertades del pueblo, y a pesar del hermetismo y beligerancia manifestado hacia las innovaciones científicas, sociales y culturales llegadas desde occidente.

Una década más tarde, un movimiento revolucionario trajo muchos cambios a un Japón todavía feudal, restituyendo el poder del Mikado<sup>3</sup>, relegado hasta entonces a una mera figura decorativa dentro del organigrama de gobierno. El Alzamiento de los Patriotas supuso el fin de la Era Edo y el comienzo del período Meiji, caracterizado por la modernización del país y la aproximación a las potencias occidentales, a su tecnología, cultura y política.

El intercambio cultural entre Japón y Occidente fue recíproco. De igual modo que las manifestaciones artísticas occidentales empezaron a influir profundamente en los autores japoneses, el imaginario pictórico nipón transformó la concepción de los artistas de las vanguardias. Si bien en décadas anteriores ya se podían encontrar en ciudades

<sup>1</sup> BLANCO, Toño. “Dragón Z. Kamikazes catódicos arrasan Galicia”. RTVG. p.5.

<sup>2</sup> Matthew Calbraith Perry (1794-1858) fue Almirante de la armada estadounidense y pionero en la construcción de barcos de vapor con fines bélicos. El episodio de los ‘barcos negros’ alude al bloqueo del puerto de Yokohama llevado a cabo en el año 1853, que forzó al Régimen de Tokugawa a la apertura comercial de Japón con las grandes naciones occidentales, tras la firma de un tratado bilateral en 1854. El impacto social causado por el episodio de los

como París o Amsterdam algunas xilografías y pinturas Ukiyo-e, traídas como souvenirs por marinos y mercaderes llegados de Japón, la nueva situación comercial propició el desembarco masivo de estampas japonesas en medio de la convulsa realidad artística de Europa. Los jóvenes autores occidentales, hartos de la tenebrosa tradición de siglos de academicismo dominante, se dejaron seducir con gusto por la lúcida sencillez de aquellas imágenes, el colorido y la variedad de formatos, los singulares puntos de vista y la novedad de sus técnicas.

En 1814, el célebre artista japonés Katsushita Hokusai, alabado por sus hermosas colecciones de paisajes, decidió editar su *Manga* – un conjunto de pinturas sueltas, dibujos espontáneos o bocetos de sus viajes, realizados a modo de anotaciones. Estos tomos, a menudo empleados con fines didácticos, continuaron publicándose después de la muerte del artista, hasta completar un total de quince volúmenes. Hoy en día el *Hokusai Manga* se reconoce como uno de los trabajos más significativos e importantes de su dilatada trayectoria, pero en medio de la vorágine artística de estampas y publicaciones de la Europa decimonónica podría haber pasado totalmente desapercibido. No obstante, en 1853, fruto de la casualidad o la fortuna, Bracquemond compró en París un ejemplar de aquel primitivo *Hokusai Manga*, y quedó deslumbrado por la energía y visceralidad de aquellas sen-

cillas ilustraciones. El artista francés no tardó en compartir este feliz hallazgo con su amigo y compañero Manet, y éste a su vez con diferentes generaciones de nuevos artistas. Las ilustraciones de Hokusai y los sencillos Ukiyo-e llegados de Japón no eran más que simples estampas populares y calendarios, pero contribuyeron a transformar para siempre el arte europeo.

En un sentido estricto, *manga* es el nombre que recibe el cómic en Japón. No obstante, como se pondrá de manifiesto a lo largo de la presente investigación, esta definición es muy escueta y no representa, sino superficialmente, la verdadera dimensión de la realidad a la que alude.

El manga es la manifestación cultural más importante en Japón. Esta importancia no puede entenderse sino como consecuencia lógica de su omnipresencia en todas las facetas de la vida diaria y laboral, tanto por el ingente volumen de negocio que representa, como por la capacidad de impregnar a otros medios: cine, televisión, literatura, publicidad, educación, diseño o moda. Manifestaciones sumamente dispares y de diferente calado cultural se unen al manga en desigual simbiosis para llegar a la gente. En esta transferencia radica uno de los grandes potenciales y valores del manga: su capacidad para influir en manifestaciones más selectas siendo un medio popular y de masiva diversificación.

<sup>1</sup>'barcos negros' quedó grabado por generaciones en el imaginario popular nipón. Durante décadas, el pueblo japonés observaba con miedo y desconfianza cualquier barco desconocido que llegaba a puerto.

<sup>2</sup>El término "Mikado", ahora obsoleto y en desuso, servía para denominar al Emperador Japonés en la antigüedad.

Sin embargo, esa misma popularidad ha empezado a extenderse más allá de las fronteras de Japón, en el ámbito comercial - generando nuevos consumidores cada día - e incrementando la permeabilidad antes referida hacia otros medios culturales. En los últimos años se ha visto como el manga empieza a influir a los dibujantes de cómic europeos y americanos y, como ya ocurría en Japón en décadas anteriores, en el cine y animación occidentales, en la publicidad o en la moda. En la última década Occidente ha empezado a descubrir que Japón, más allá de su alto potencial tecnológico e industrial, es un exportador cultural de primera magnitud, que tiene en el manga uno de sus principales efectivos. El creciente entusiasmo y pasión de los aficionados occidentales por este medio radicalmente japonés ilustran la evolución del mercado del cómic a nivel global. El manga es el caballo de Troya de una tercera oleada de Japonismo cultural, tras el éxito de las estampas Ukiyo-e durante los años de las vanguardias, y la filosofía zen en la década de 1960.

¿Por qué este éxito del manga? Quizás parte del mismo estriba en su especificidad japonesa, en su capacidad de conjugar, sin perder su identidad, lo genuinamente nipón con un creciente sentimiento apátrida. El manga es un medio que mira hacia dentro - ahondando en la tradición histórica y cultural nipona - pero también hacia fuera.

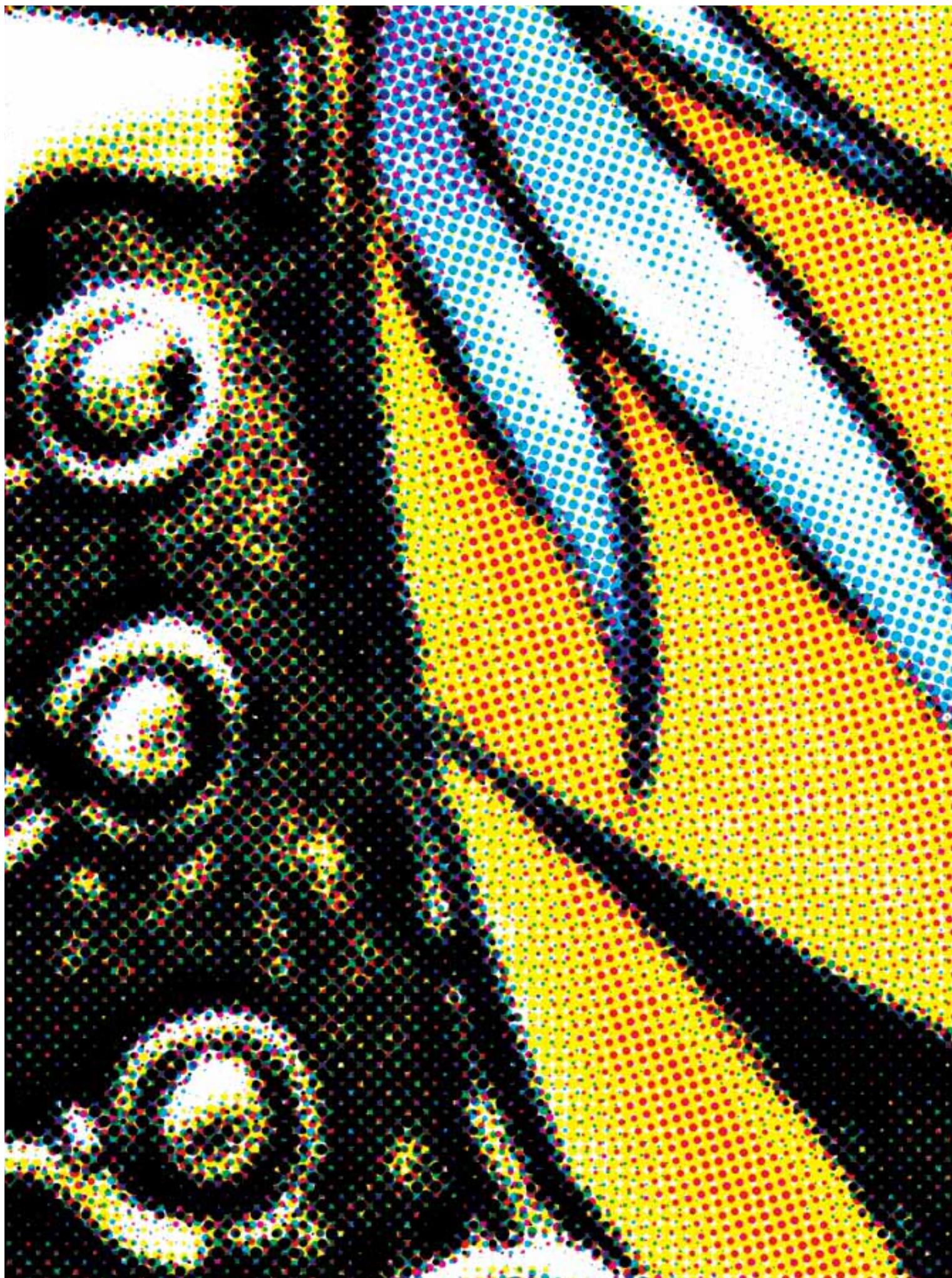
A nivel artístico, Japón siempre se ha reconocido por la tradición de sus pinturas y xilografías Ukiyo-e, por la poesía haiku, las artes marciales, la cerámica o la filosofía zen. En el último medio siglo el estandarte de las manifestaciones artísticas niponas ha recaído sobre su arquitectura, reflejo de la simbiosis existente entre lo antiguo y lo nuevo, en el diseño, la moda o los jardines, a menudo recogidos todos ellos en publicaciones de arte nacional. La literatura y el cine también han sido reconocidos dentro y fuera de Japón, aunque quizás en menor medida, por ser ambos medios de expresión de mayor difusión popular. No obstante, durante estas mismas décadas se ha venido omitiendo de este singular ranking cultural la que sin duda es su manifestación número uno, el *manga*, que hoy en día muchos consideran como "el medio japonés por antonomasia"<sup>4</sup>.

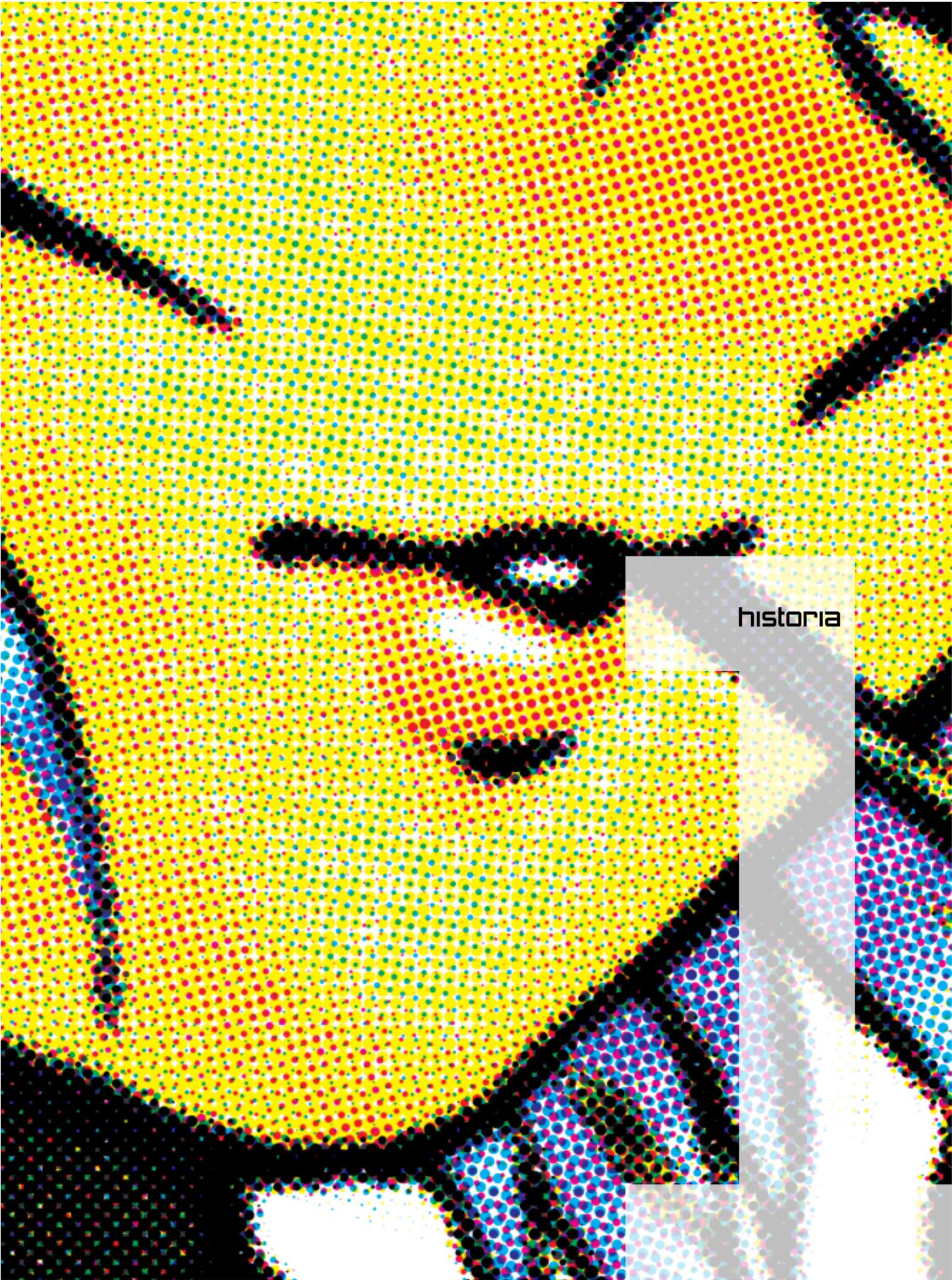
Cabe, pues, preguntarse si el manga puede ser considerado como un nuevo referente cultural y artístico en el siglo XXI, e indagar acerca de los motivos que justifican este reconocimiento. La revolución estética impulsada por el manga japonés nace de su capacidad innata para influir en ámbitos creativos muy dispares, muchos de ellos foráneos, como antaño sucedió con el Ukiyo-e, el haiku o el cine de Akira Kurosawa. Los condicionantes que subyacen bajo el notorio éxito del manga en Japón y en occidente, a pesar de las evidentes diferencias en el len-

<sup>4</sup>BERNDT, Jacqueline. *El fenómeno manga*. p.9

guaje y los referentes culturales, y los motivos de porqué debe ser considerado un medio genuino e independiente per se serán objeto del presente estudio. A lo largo del mismo se intentará analizar en profundidad la evolución e influencia del manga, realizando un completo recorrido a través de la diversidad de géneros que lo caracterizan, de su morfología, así como por la multiplicidad de discursos (e imbricación de

los mismos con otros medios), poniendo de relieve el lugar que ocupa en la cultura, sociedad y mercado japoneses, y en el mundo.





historia

## historia

### *Mukashi mukashi<sup>1</sup>*

Manga es el nombre con el que genéricamente se denomina al cómic japonés. Al margen de sus peculiaridades conceptuales y formales, de elementos definitorios específicos en su historia o influencias genuinamente japonesas que no atañen al cómic de otras regiones, no es posible entender sus orígenes sino en estrecha relación con los del resto del cómic mundial. A menudo los historiadores han profundizado en la historia japonesa e internacional en busca de referentes – unos evidentes, otros más sutiles y velados – para intentar ubicar a este advenedizo (como pudo en su momento ser la fotografía) en medio del amplio contexto que describe la Historia del Arte.

Las primeras obras caricaturescas del arte japonés datan del siglo VII, y consisten en una serie

de retratos paródicos y grotescos pintados en el reverso de las tablas del techo del templo Hôryûji, probablemente realizadas por los mismos artesanos y carpinteros que construyeron el edificio (fig.1). No obstante, el primer referente del manga actual se sitúa en la época Heian, que comprende entre los siglos VIII y XII, cuando se realizaron los primeros rollos ilustrados, conocidos como *emaki* o *emakimono*. “En lugar de encerrar la perspectiva en un marco, los chinos, y más tarde los japoneses, optaron por hacerla múltiple, para que la mirada vagase y observase libremente”<sup>2</sup>. Los *emakimono* consisten en un pliego de papel de gran formato, de hasta quince metros de largo, enrollado en sus extremos en dos palos, que permiten ir desplegando, de derecha a izquierda, por sectores (de 50 a 70 centímetros) las



<sup>1</sup> Los cuentos tradicionales en Japón a menudo empiezan con la expresión “mukashi-mukashi”, que equivaldría en España a “Érase una vez...”

<sup>2</sup> KOYAMA-RICHARD, Brigitte. *Mil Años de Manga*. p. 9.

<sup>3</sup> Ibid.



5



23

3



2

sucesivas secuencias que se narran en las imágenes. “Así, la mirada puede abarcar cada escena, que continúa en la sección siguiente”<sup>3</sup>. De entre los pocos ejemplares que se conservan, todos ellos catalogados como patrimonio cultural japonés, el más audaz y significativo, por su irreverencia y singular estructura, y datado en el siglo XI, se conoce como *chôjûgiga* o *chôjû jinbutsu giga* (“Rollo ilustrado de la aves y los animales”). Atribuidos al sacerdote Toba Sôjô (1053-1140), esta “primitiva manifestación de caricatura gráfica”<sup>4</sup>, consistía en una serie de cuatro rollos de pergamino en los cuales aparecían representados, a línea y con tinta negra, unas sencillas figuras de animales – conejos, monos, ranas – comportándose como feudales y religiosos de la época, en poses grotescas, satíricas o simplemente humorísticas

(fig.2-3). En la tradición artística japonesa los autores recurrían a menudo a la personificación de animales, en especial para retratar escenarios de la vida política o acontecimientos históricos con un matiz paródico y humorístico, al tiempo que ridiculizaban las distintas costumbres del género humano en diferentes épocas. Los animales más frecuentes son los doce recogidos en el horóscopo<sup>5</sup> chino, así como aquellos otros habituales en el imaginario fantástico japonés, a los que, con frecuencia, se les atribuyen poderes mágicos. El mundo sobrenatural y las criaturas demoníacas (*yôkai*) constituyeron un tema revisado con frecuencia en los siglos siguientes, como ponen de manifiesto los numerosos rollos *emaki* con representaciones de deidades y demonios *oni* de la mitología popular japonesa (fig.4-5). “No



1

<sup>4</sup> MOLINÉ, Alfonse. *El Gran Libro de los Manga*. p. 15.

<sup>5</sup> Rata, buey, tigre, conejo, dragón, serpiente, caballo, cabra, mono, gallo, perro y cerdo.



se puede explicar la existencia del manga y los dibujos animados japoneses únicamente por los animated cartoons (dibujos animados norteamericanos), los american comics (tiras cómicas americanas), y menos aún por las caricaturas de Hogarth, Goya o Daumier. Hay que remontarse más allá, hasta el 'Rollo de las aves y los animales' y el de 'La historia del monte Shigi'. (...) Se trata más bien de una continuidad de la pintura y de la cultura niponas desde la creación de los rollos emaki. (...) Son los predecesores del manga y los dibujos animados. Solo con trazos y colores logran desarrollar un relato dominando la noción del tiempo" <sup>6</sup>.

Aunque la construcción espacial de los *emakimono* ya presentaba muchos elementos próximos a la naturaleza narrativa del cómic, su calado en la sociedad no fue demasiado importante, probablemente debido a su carácter 'elitista', al estar reservados a la clase religiosa. Su principal interés radica en "la estética de la representación simultánea de sucesos diacrónicos"<sup>7</sup>, o cómo sobre un mismo plano se van desarrollando las sucesivas acciones de los personajes que intervienen en dicha historia, de tal modo que "la sucesión 'una

al lado de otra' reemplaza narrativamente la secuencia temporal 'una después de otra'"<sup>8</sup> que vertebró el discurso natural del cómic. "Los grises degradados con tinta china dan un efecto de profundidad y sustituyen el modelado que gusta en la pintura occidental. En ciertas escenas el pintor ha trazado expresamente las líneas de velocidad que Hokusai retomará más tarde con tanta brillantez"<sup>9</sup>, y que hoy constituyen una seña reconocible del manga contemporáneo, asimiladas por completo en el discurso narrativo de este (fig.6).

Hasta el siglo XVI la representación pictórica y gráfica se circunscribe a templos y monasterios bajo la tutela de la religión budista, al tiempo que la cultura aristocrática y refinada de la corte pugna frente a la nueva cultura bélica del samurái, pero la llegada de la paz - más aparente que práctica - tras una guerra intestina que había sumido al país en el caos durante la mayor parte de la Edad Media, propició una atmósfera de bienestar social y desarrollo artístico e intelectual<sup>10</sup>. Las artes comenzaron a florecer. Los grandes terratenientes y guerreros samuráis consolidaron su poder y se establecieron, y muy pronto los artistas incipientes fueron empleados en

<sup>6</sup> Isao Takahata, en el curso de una entrevista en: KOYAMA-RICHARD, Brigitte. Op. cit. p. 233-234.

<sup>7</sup> BERNDT, Jaqueline. *El Fenómeno Manga*. p. 86.

<sup>8</sup> *Ibid.*

<sup>9</sup> KOYAMA-RICHARD, Brigitte. Op. cit. p. 14.

<sup>10</sup> La segunda mitad del siglo XV fue un período de cruentas batallas, inaugurado con la Guerra Onin (1466) y seguido de numerosas guerras civiles. A la destrucción de la antigua capital en Kyoto, se sumaba la situación de desorden y caos imperante en toda la nación. Este clima de lucha e inestabilidad duró hasta la llegada de los dos unificadores del territorio japonés, Oda Nobunaga (1534-1582) y Toyotomi Hideyoshi (1536-1598) a mediados del siglo XVI.



7

decorar sus nuevas mansiones. Los palacios de los vencedores se decoraban con pinturas murales de carácter histórico o con motivos extraídos de la naturaleza, aunque siempre poniendo de manifiesto el poderío de sus señores en los suntuosos acabados, los dorados y la profusa ornamentación. Este período, denominado Momoyama<sup>11</sup>, sentó las bases del gran desarrollo artístico de los siglos venideros (fig.7-8).

Se conoce con el nombre de Era Tokugawa o Era Edo a un período transcendental de la historia de Japón que comienza con la llegada al poder del Shôgun Ieyasu Tokugawa (1542-1616) a comienzos del siglo XVII. Durante los más de doscientos cincuenta años que duró la hegemonía de los Tokugawa, los sucesivos gobiernos se caracterizaron por una contundente política de aislamiento con el mundo exterior<sup>12</sup>, limitando los intercambios comerciales y la introducción de avances científicos occidentales. Este férreo control, extensible a todos los ámbitos de la sociedad japonesa, contribuyó a consolidar un largo período de paz y sosiego en la nación, que en los siglos anteriores se había visto azotada por innumerables guerras civiles.



8

En 1603, el Shogun Ieyasu Tokugawa, decide trasladar su cuartel general desde Kyoto<sup>13</sup> hasta un pequeño pueblo de pescadores llamado Edo (actual Tokyo), en donde construye un gran palacio y reorganiza a la clase noble del país, pasando a convertirse ésta última en el nuevo centro administrativo. Durante el Período Edo se produjo un importante desarrollo de la capital a todos los niveles, político, económico y social, consagrándola como cuna de nuevas tendencias. Esto propicia el florecimiento de un nuevo arte ligado a la clase media, alejada de los convencionalismos artísticos de Kyoto y de la pintura histórica (*Yamato-e*), donde se situaron las raíces del Ukiyo-e. Este nuevo clima de paz y estabilidad tras siglos de encarnizadas luchas favoreció el desarrollo de una nueva clase social, los comerciantes, hasta entonces relegados al último escalafón en la rígida jerarquía social de los japoneses, muy por detrás de los nobles o los guerreros, pero también de los campesinos o pescadores<sup>14</sup>. Edo no era más que un pequeño pueblo pesquero al comienzo del régimen, pero esta situación cambió rápidamente. El desarrollo de la ciudad – y de otras en todo el país – se tradujo en grandes beneficios para los comerciantes.

<sup>11</sup> Esta denominación no se aplica a la Historia de Japón en general, sino al período de transición de los siglos XV y XVI en Historia del Arte.

<sup>12</sup> A parte de los puntuales intercambios comerciales con la Compañía de las Indias Holandesa, el único punto de relaciones y comercio con el exterior se ubicó en la ciudad portuaria de Nagasaki, sede una una base china, junto con la pequeña isla de Deshima, un puesto mercantil alemán.

<sup>13</sup> Los ideogramas de la palabra Kyoto significan "ciudad de capital". La ciudad de Edo dio nombre al período de casi tres siglos que duró el Shogunato Tokugawa. Después de la restauración Meiji (1868) la ciudad cambió su nombre por el de Tôkyo (Tokio), cuyos caracteres significan "capital del Este".

<sup>14</sup> Su trabajo se consideraba poco honorable en el sentido en que no producían nada con su trabajo, sino que se servían del trabajo de otros para especular y obtener sus beneficios.

Es una época de grandes transformaciones y contrastes. Los Samuráis pasan de ser guerreros a aristócratas o burócratas en la nueva corte. Sin embargo, esta nueva situación no supone una renuncia a la formación espiritual inculcada durante generaciones, basada en el respeto al Bushido<sup>15</sup> y la austeridad en la vida diaria, y poco a poco van perdiendo su riqueza económica. “Surgen tensiones inevitables en la simbiosis entre la aristocracia de la corte y la alta burguesía urbana. A medida que fue evolucionando, esta última había creado una cultura urbana altamente sofisticada, ‘machishu’, el único escollo en aquella época para la aristocracia de la espada, inmersa en la búsqueda de un nicho propio en la ciudad”<sup>16</sup>. Paradójicamente, los comerciantes despuntan como los nuevos prestamistas de los samuráis, y frente al sencillo modo de vida de éstos, los nuevos ricos – no limitados por su código ético – se dedican a explorar los placeres de los sentidos, dando rienda suelta a un particular *carpe diem* japonés. Este desenfado se traduce a todas las facetas de la vida diaria, y al igual que los nobles habían decorado antaño sus mansiones con pinturas históricas y paisajes, los comerciantes demandaron un nuevo estilo artístico afín a sus gustos e inquietudes que, sin embargo, no pretendía rivalizar con la aristocracia, sino que mostraba temas populares y bonitas cortesanas. “El conflicto con la aristocracia, los samuráis, no alcanzó las po-



9

siciones antagónicas sucedidas en Occidente. Por el contrario, la incapacidad de comerciantes y empresarios para rebelarse y desplazar a la nobleza feudal terminó por generar una suerte de simbiosis entre la aristocracia de la espada y la clase burguesa emergente, que devino en la aparición de resultados sociales e históricos extremadamente fascinantes”<sup>17</sup>. Fue un momento de búsqueda activa de novedades: la literatura humorística, el teatro kabuki, el teatro de marionetas *bunraku*, la literatura erótica, la poesía haiku o la xilografía (*hanga*), entre otras manifestaciones.

Algunos de estos soportes gráficos, precursores del manga, fueron los *zenga*, los *otsu-e*, los *nanban* o los *sugoroku*. *Zenga* significa, literalmente, imagen zen; se trataba de estampas monocromas empleadas en la meditación, y que a menudo recurrían a motivos cómicos y caricaturescos (fig.9-10). Los *ôtsu-e* eran amuletos budistas, a modo de caricaturas portátiles de personajes religiosos, entre los que se incluían referentes al animalario budista e imaginario fantás-



10



11

<sup>15</sup> El *Bushido* es, literalmente, la “vía del guerrero” y se refiere, comúnmente, al “código del samurai”. La palabra “bushi” sirve para referirse a los guerreros, mientras que “do” indica disciplina, camino o senda.<sup>16</sup> CALZA, Gian Carlo. “City Life”. *Ukiyo-e*. p. 8.

<sup>17</sup> CALZA, Gian Carlo. “Visions of the Floating World”. *Ukiyo-e*. p. 238.



12

tico *yōkai* (fig.11). Los *nanban*, más próximos a la élite aristocrática, repetían un poco el esquema narrativo inaugurado con los *chōjūgiga* y representaban en biombos, por medio de ilustraciones polícromas, escenas históricas, muchas veces ligadas al desembarco de los primeros extranjeros en Japón. Por último, los *sugoroku* eran primitivos juegos de la oca, llegados desde China en el siglo VII. Al contrario que los otros soportes gráficos, que fueron desapareciendo con el paulatino desarrollo de las xilografías de los siglos venideros, los *sugoroku* se beneficiaron del desarrollo e innovaciones técnicas de los procedimientos impresos del período Edo, y sus usos se diversificaron desde su enfoque religioso inicial: a parte de su dimensión lúdica, se emplearon para con finalidad educativa y como souvenir para los visitantes de la capital (fig.12).

El principal inconveniente de estos productos, al igual que ocurrió con los *chōjūgiga*, fue su vínculo con el clero y la aristocracia, alejados de las inquietudes de las clases populares. Esta situación cambiará, no obstante, con la nueva situación económica de las ciudades antes referida, con el desarrollo de procedimientos técnicos e industriales inéditos, y con la aparición de novedosos soportes totalmente revolucionarios: los *Toba-e*, los *kibyōshi* y los *Ukiyo-e*.

Los *Toba-e* y los *kibyōshi* fueron contemporáneos del *Ukiyo-e* y, a menudo, se ha minimizado su impacto real en la sociedad japonesa de la época por la gran trascendencia de los últimos, pero sus características hacen que sean de gran interés para el presente tema de estudio. *Toba-e*<sup>18</sup> significa, literalmente, “imágenes de Toba”, y reciben ese nombre en honor del sacer-

<sup>18</sup> En la mayoría de las palabras aquí empleadas que terminan en '-e', como *Toba-e*, *Ukiyo-e* o *Yamato-e* entre otras, ese término denota imagen, dependiendo su significación final de la idea que los antecede. Así, *Toba-e* son imágenes de Toba, o *Ukiyo-e*, imágenes de tipo “*Ukiyo*”.

dote creador de los chōjūgiga. Se trataba de recopilaciones de estampas a modo de pequeños libros ilustrados. Los ejemplares más antiguos que se conservan, producidos en la ciudad de Ósaka, datan de comienzos del siglo XVIII, y su autoría se atribuye a Ooka Shumboku. Los *kibyōshi* ("libros de tapas amarillas") añadían, además, una lógica narrativa entre las imágenes, aportando historias continuas y no sólo imágenes aisladas, lo que los define como uno de los antecedentes más claros a los cuadernos de tebeo.

Las raíces del Ukiyo-e se remontan a los cuadros de paisajes posteriores a las guerras intestinas. Junto a la pintura histórica (*Yamato-e*<sup>19</sup>) surgían nuevas tendencias. Las excursiones de recreo dieron lugar a una nueva tipología del paisaje, ligada a la lujosa ciudad de Kyoto o a lugares exóticos<sup>20</sup>, y por encargo del gobierno empezaron a realizarse retratos de la sociedad y sus vasallos, a fin de conocer la forma de vida de estos. Surge entonces un nuevo arte de corte más costumbrista y especificidad urbana. Diversión y fiestas populares, teatro kabuki, lugares famosos, centros de ocio y barrios de placer se convirtieron pronto en temas recurrentes, temas de 'la vida cotidiana', para regocijo de los ricos comerciantes, consolidados como la nueva élite económica. Los Ukiyo-e son el precedente más claro y reconocido del manga actual. No sólo porque el término 'manga' se deba a una de sus figuras más

importantes – Hokusai – sino por los referentes visuales obvios, y, de manera recíproca, el manga se constata como el deudor y heredero actual de la tradición dorada del arte nipón.

#### UKIYO-E

La xilografía llegó a Japón desde el continente en el siglo VI, gracias a misioneros chinos y coreanos. En el año 764 d.C. la Emperatriz Shōtoku<sup>21</sup>, ferviente seguidora de la religión budista, ordena la construcción de un millón de pequeñas pagodas (fig.13) como homenaje a los caídos en la Batalla de *Fujiwara no Nakamaro*, cada una de las cuales debía albergar un texto budista en su interior (fig.14), *hyakumantō dhāranī*<sup>22</sup>, a modo de conjuro o mantra para exorcizar<sup>23</sup>. Para agilizar las labores de escritura se emplearon matrices de madera para estampación impresa sobre papel, en vez de utilizar textos manuscritos. Estos primitivos *hanga* son uno de los primeros ejemplos de estampa xilográfica que se conservan. La técnica, de origen chino, ya se venía practicando por estos mismos monjes desde varios siglos antes, y se usaba exclusivamente para la oración y conservación de textos budistas, para la imaginación y difusión de sus escritos. Durante cientos de años se empleó este procedimiento xilográfico en los templos y escuelas religiosas japonesas, evolucionando desde las primitivas ora-

13



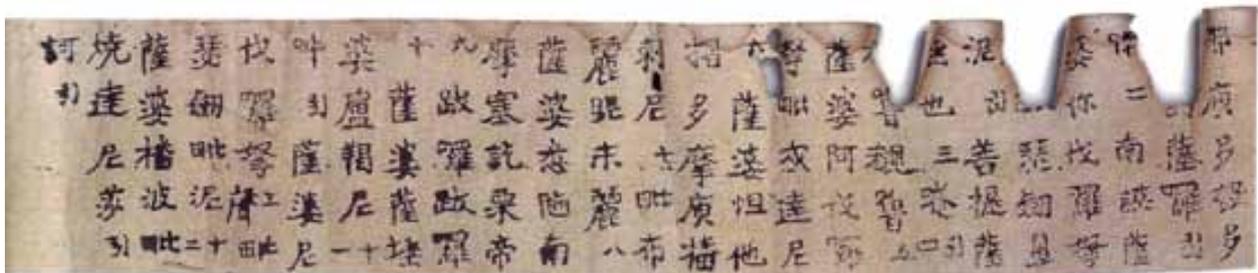
<sup>19</sup> El Yamato-e es un estilo pictórico japonés, originado en el siglo X, y centrado en la representación de sucesos históricos. Formalmente, procuraba alejarse de la influencia de la pintura china. El vocablo Yamato sirve para referirse al "Japón antiguo".

<sup>20</sup> Durante el período Edo la circulación de los habitantes estaba limitada a sus respectivas regiones, y para recorrer el país o pasar de una provincia a otra era necesario un permiso del gobierno, con lo que, para la mayoría del pueblo, las estampas de paisajes era la única manera de acceder a los lugares más remotos.

<sup>21</sup> La Emperatriz Shōtoku (718 - 769 d.C.) ostentó el título de Emperatriz Regente de Japón en dos ocasiones, entre los años 749 y 758 d.C. con el nombre de Emperatriz Kōken, y desde el 764 d.C. hasta su muerte por viruela en el año 769, período durante el cual adoptó el nombre de Emperatriz Shōtoku. Entre ambos reinados gobernó el Emperador Junnin, hijo adoptivo de la Emperatriz y a favor del cual había abdicado en el 768, y que sería derrocado por la propia

ciones de la Emperatriz Shôtoku hasta las complejas representaciones históricas de siglos ulteriores. Circunscrita durante muchos siglos a la clase religiosa y nobiliaria japonesa, la verdadera revolución técnica no se produjo hasta que la xilografía se generalizó entre las clases populares para la producción de imágenes más mundanas y de consumo masivo. Las impresiones, cada vez más sofisticadas y elaboradas, resueltas inicialmente atendiendo a los cánones del estilo chino, evolucionaron hacia un estilo intrínsecamente japonés hacia comienzos del siglo XV. En el siglo XVI y hasta los albores de la Era Tokugawa se perfeccionó y extendió su uso con la publicación de libros y textos de origen chino, leyendas tradicionales e historias de la nobleza. Frente a otros sistemas de impresión mecánica, como la imprenta de caracteres móviles de Gutenberg importada por misiones jesuitas a finales del siglo XVI, las matrices de madera permitían reeditar antiguas publicaciones un gran número de veces a un precio significativamente menor. La imprenta de caracteres móviles

metálicos de Gutenberg supuso un gran avance para la producción masiva de libros impresos que utilizasen el alfabeto romano, pero sus ventajas disminuían drásticamente en lo tocante al complejo sistema de escritura japonesa, con muchos más caracteres silábicos e ideogramas *kanji*. En aquellos libros occidentales que incluyesen imágenes, estas debían estamparse por separado, ralentizando enormemente el proceso de producción, por lo que muchos editores europeos redujeron al mínimo la presencia de ilustraciones en las publicaciones de mayor tirada. Frente a esto, en Japón las palabras y las imágenes se incluían en un único bloque de madera, simplificando mucho el proceso. La excepcional dureza de la madera empleada posibilitaba, en ocasiones, que se realizasen tiradas de varias decenas de miles de ejemplares a partir de una única matriz. Así pues, desde un primer momento texto e imagen se concebían, imprimían y presentaban conjuntamente, al igual que sucede en el sistema básico del cómic contemporáneo.



Emperatriz para ascender de nuevo al trono tras un período de inestabilidad. La Emperatriz, devota budista, es la responsable de la construcción del Gran Buda (Daibutsu) de Nara, de 15 metros de alto y más de 500 Tm.

<sup>22</sup> Los *dhâranis* son discursos rituales similares a los mantras, a los que se les atribuyen poderes mágicos frente a la influencia de espíritus malignos. El término *hyakumantô* indica "un millón", en alusión al número de pequeñas pagodas de madera que debían albergar los *dhâranis*. *Hyaku* significa cien, y *man* equivale a diez mil; por tanto *hyakuman* denota cien veces diez mil.

<sup>23</sup> La Emperatriz mandó imprimir cuatro oraciones *dhâranis* diferentes - llamadas *konpon*, *sorin*, *jisin-in* y *rokudo* - que fueron guardadas en el interior de las pequeñas pagodas de madera, realizadas con un torno.

Los primeros ejemplares de libros japoneses ilustrados datan, aproximadamente, del año 1650. Entre las publicaciones más importantes de esta época se haya la primera edición impresa e ilustrada que se conserva en la actualidad de *Ise Monogatari*<sup>24</sup>, con descripciones e ilustraciones de las costumbres de la aristocracia de la época. No será hasta el período Edo cuando su uso se generalice entre los artesanos y comience a emplearse para fines artísticos<sup>25</sup>. “*El Ukiyo-e es el encuentro entre dos superficies maravillosamente empáticas: el grano sin lijar del bloque de cerezo y un entramado en el papel hecho de pequeños tentáculos vegetales palpitantes*”<sup>26</sup>.

Hay que tener en cuenta que el Ukiyo-e nace y se desarrolla paralelamente a la ciudad de Edo y al poder de las sucesivas generaciones de Tokugawa. Si bien la ciudad de Kyoto continuó siendo la Residencia Imperial oficial, Edo paso a convertirse en el centro administrativo, político y militar del país. Durante los primeros años del Shogunado Tokugawa, la pequeña ciudad de Edo sufrió numerosas transformaciones arquitectónicas para adecuarse a las exigencias del nuevo gobierno. En el centro de la ciudad se construyó el castillo de Edo y en sus alrededores se levantaron las numerosas residencias de los daimyô (señores feudales) y guerreros, así como templos y barriadas de viviendas para los constructores y artesanos.

Un factor decisivo para el rápido crecimiento de la capital y de gran transcendencia en la vida y cultura de sus habitantes fue la instauración, por orden directa del Shôgun, de una normativa conocida como *sankin kôtai*, o “asistencia alterna”, mediante la cual se obligaba a los señores feudales (Daimyo) a residir en la ciudad de Edo uno de cada dos años, con el fin de garantizar su fidelidad e impedir cualquier sublevación o revuelta. En 1635, el Shôgun Iemitsu Tokugawa (que había accedido al poder en 1623), ideó un mecanismo que le permitiese mantener bajo control a los numerosos señores feudales que gobernaban en los diferentes territorios (han) de Japón. Bajo el pretexto de contribuir a la protección personal del Shôgun, los Daimyo debían servir en la ciudad de Edo por período de un año, pudiendo regresar a sus residencias personales y ejercer las labores de gobierno en sus respectivos dominios al año siguiente. No obstante, tanto la Primera Esposa (*Seishitsu*) como su hijo primogénito o sucesor, debían permanecer en Edo indefinidamente; con ello evitaban las incomodidades de un largo viaje a la esposa e hijos pequeños y, al mismo tiempo, servían como rehenes al Shôgun en caso de una hipotética sublevación del Señor Feudal. A menudo, además de la Primera Esposa y del heredero, residían en la ciudad las segundas esposas (*sokushitsu*) y concubinas del Señor, así como sus hijos, lo que motivaba que se desplazasen con ellos un gran número de

<sup>24</sup> *Ise Monogatari* (Los cuentos de Ise) es una de las obras más famosas de la literatura clásica japonesa. La acción de la obra se desarrolla en el siglo IX, a partir de los relatos autobiográficos que el poeta y guerrero Ariwara no Narihira, protagonista de la historia, recoge en un diario íntimo. El texto que se conoce hoy en día como *Ise Monogatari* se debe, no obstante, a un autor anónimo que, en torno al año 950 de nuestra era y un siglo después de la narración original, reelaboró y completó los 125 episodios amorosos y poemas autobiográficos de Ariwara no Narihira.

servientes y damas de compañía para su cuidado y atención.

Durante la Era Tokugawa existía una prohibición que impedía viajar libremente por el país, para lo cual era necesario un permiso especial del Shôgun; además, al atravesar cada uno de los territorios se debían pagar unos aranceles muy elevados en concepto de tasas. La maniobra del *sankin kôtai* resultó ser, a la postre, doblemente efectiva. Por un lado, las esposas y herederos del Señor Feudal actuaban como garantía de fidelidad y protección para el Shôgun en caso de revuelta o agresión. Por otra parte, la alternancia de los Daimyo resultaba terriblemente gravosa para sus finanzas, en especial para aquellos señores procedentes de los territorios más alejados. Obligados a sostener económicamente dos residencias, multitud de guerreros y criados, a pagar las tasas fronterizas, y endeudados con prestamistas y usureros, resultaba del todo inviable costear una guerra. En aquella época, la cifra de señores feudales repartidos por el archipiélago nipón se aproximaba a trescientos, lo que propiciaba un ir y venir constante de procesiones de guerreros y séquitos acompañando a sus señores. Esta práctica favoreció el desarrollo de una gran actividad mercantil en las principales rutas de acceso a la capital, compuesta por negocios de pequeña artesanía, alojamiento para los Daimyo, lugares de ocio y entretenimiento y otros muchos servicios.

En la capital, el *sankin kôtai* propició un desigual desarrollo de la población, que a la larga marcaría la evolución económica y cultural de Edo, la proliferación del Ukiyo-e y el crecimiento de los barrios de placer y lugares dedicados al ocio. En aquella época, residían en la capital cerca de mil mujeres de clase alta, esposas o concubinas de los ricos señores feudales, junto con un gran séquito compuesto por damas de compañía y sirvientas. Estas mujeres, en ausencia de sus maridos, carecían de ocupación y vivían una clausura forzosa, privadas de cualquier contacto masculino. Al mismo tiempo, Edo despuntaba como un entorno cosmopolita, donde los hijos y herederos de los Daimyo, muchos de ellos nacidos y criados según los protocolarios convencionalismos de la corte y alejados de las costumbres provincianas de antaño, se entregaban a una vida de lujo y divertimento. Por último, los séquitos de los Señores Feudales, acordes con su categoría y dignidad, estaban compuestos por miles de hombres, entre samuráis, asistentes y criados, todos ellos obligados a vivir en la ciudad por período de un año y alejados de sus familias y esposas. Ociosos y sin ningún quehacer hasta su regreso a la tierra natal, no tardaban en dejarse seducir por las fascinantes oportunidades y novedades nunca vistas que ofrecía Edo. “Estas personas fueron los principales clientes del *shunga* (estampas eróticas): damas sin ninguna ocupación y pocas oportunidades de conocer hom-

<sup>25</sup> La técnica se perfecciona en el siglo XVI, y comienzan a ilustrarse libros y textos.

<sup>26</sup> [FENOLLOSA, E. F. *An Outline of the History of Ukiyo-e. Tokyo: Kobayashi*] En: VON SEIDLITZ, Woldemar; y AMSDEN, Dora. *Ukiyo-e. Grabados Japoneses*. p. 56.



15\_ Mapa de Edo (1844-1848).

bres, y varones solitarios, temporalmente solteros”<sup>27</sup>.

El rápido desarrollo comercial y crecimiento de la ciudad supuso una desigual carga de población, y muy pronto Edo alumbró una nueva y rica sociedad burguesa masculina. Apenas un siglo después de la toma de poder del gobierno Tokugawa y del nombramiento de Edo como nuevo centro militar y administrativo de Japón, la antaño pequeña aldea de pescadores se había convertido en la ciudad más poblada del mundo, con más de un millón de habitantes<sup>28</sup> (fig.15). El ukiyo-e surge en el seno de estos barrios, cuya atmósfera algo ruda, aunque despreocupada y jovial, alimentará el imaginario y temática de las imágenes del mundo flotante.

Con el paso del tiempo se multiplicaron los negocios de librerías y algunos de los editores más importantes y poderosos de la antigua capital de Kyoto trasladaron sus negocios a Edo, que contrataron a dibujantes, pintores, xilógrafos, grabadores y estampadores, amparados por el rápido desarrollo comercial y crecimiento de la ciudad. Se producen libros didácticos y de entretenimiento, cuyo sencillo sistema de color evoluciona hasta convertirse en una suntuosa y compleja policromía con un estilo ciertamente genuino y diferenciador. Estas primeras publicaciones podían ser impresas muy rápido y utilizando sencillos procesos de elaboración, lo que aportaba significativas ventajas frente a los rollos de pergamino tradicionalmente empleados, que contenían ilustraciones

<sup>27</sup> SCREECH, Timon. “Shunga: Erotic Art of the Edo Period”. *Ukiyo-e*. p. 23.

<sup>28</sup> CALZA, Gian Carlo. Op.cit. p. 8.

<sup>29</sup> En el idioma japonés existen dos sistemas de escritura: *kanji*, ideogramas procedentes del chino, y *kana*, que comprende a su vez dos sistemas silábicos distintos llamados *hiragana* y *katakana*. Los *kanji* representan una única idea, pero pueden tener diferentes pronunciaciones dependiendo de su significado preciso o de cómo se agrupan.

<sup>30</sup> El Gran Incendio Meireki tuvo lugar el 18 de enero de 1657. El fuego, que arrasó una parte importante de la ciudad y causó más de doscientos mil muertos, no se contuvo hasta dos días después de su inicio. El nombre le viene dado de la Era Meireki, que comprende hasta el mismo año en que tuvo lugar el suceso.

pintadas a mano. El dibujo era tosco y poco detallado, subordinado al texto, pero poco a poco se refina hasta alcanzar altos grados de delicadeza y sutileza. Las ilustraciones iban acompañadas de caracteres kana y no kanjis<sup>29</sup>, siendo estos últimos más propios de la literatura clásica, lo que favorece su difusión y generalización entre un mayor sector de la población. Al principio los ideales artísticos de los vendedores de la ciudad venían dados por la herencia de la antigua capital, pero un enorme incendio que destruyó la ciudad por completo<sup>30</sup> (1657) y su posterior recuperación sentaron las bases para la aparición de una cultura autóctona en la región. Tras la devastadora catástrofe, el pueblo se esforzó en reconstruir sus hogares y un mercado dedicado a la ornamentación de bajo coste floreció bajo la sombra de esa tragedia. *“Así quedaba abonado el terreno para el nacimiento del Ukiyo-e. La técnica de la xilografía surgió como un nuevo medio de expresión del arte civil, cuyas estampas se podían producir en grandes cantidades y a bajo precio.”*<sup>31</sup>

El Ukiyo-e surge como respuesta a la necesidad de expresar el sentimiento popular, al margen de la condición social o del férreo poder del soberano. Es un arte destinado al pueblo y centrado en sus gustos y banalidades: la realidad de cada

día, el mundo contemporáneo y el frívolo devenir de sus vidas cotidianas. Es por eso que acuñaron el término Ukiyo-e. En japonés, el ideograma ‘Uki’ indica lo pasajero, lo fugaz que flota arrastrado por la corriente. El *kanji* ‘yo’ significa ‘mundo’, y ‘e’ denota imagen o pintura. Así pues, Ukiyo-e podría traducirse como “imágenes del mundo flotante” o “del mundo que fluye” y en las que conviven el romanticismo del ‘inevitable’ devenir y la exaltación de los sentidos. “Era un mundo ostentoso y veloz; Un mundo que instaba a mantenerse constantemente al día, pero que pronto se desvanecía. No había tiempo para pensar o escuchar, sino tan solo para vivir, para beber cada momento hasta los posos, y dejarse llevar a la deriva por la corriente del gran río de lo pasajero”<sup>32</sup>.

La naturaleza icónica del idioma japonés a menudo provoca que éste se preste a juegos de palabras, dobles sentidos y denominaciones cómicas y sarcásticas. Esta realidad, empleada recurrentemente por muchos dibujantes de manga actuales<sup>33</sup> no era, ni mucho menos, ajena a los artistas del período Edo, y el sarcasmo y la sátira social también formaban parte de sus quehaceres diarios: El término ‘ukiyo’, escrito con otros ideogramas diferentes a los de Ukiyo-e, había sido empleado varios siglos antes por los monjes budistas

Las Eras Imperiales en Japón cambian de nombre con la coronación de cada nuevo Emperador; no obstante, también pueden hacerlo con motivo de un gran evento o por culpa de una terrible catástrofe. Tras el Gran Incendio Meireki, pasó a denominarse Era Manji.

<sup>29</sup> SATÔ, Mitsunobu. “Ukiyo-e: Formación e Historia”. *Grabados Japoneses*. p. 12.

<sup>32</sup> CALZA, Gian Carlo. Op.cit. p. 6.

<sup>33</sup> Los dibujantes de manga son muchas veces grandes conocedores de su idioma escrito y expertos en este tipo de juegos de palabras. Así, no es infrecuente que el autor o el protagonista de ficción de un manga tenga un apellido que suene típicamente japonés pero cuyos caracteres escritos le confieran una significación oculta o chistosa.

para referirse al mundo lúgubre, oscuro y de la tristeza. “En la Época Medieval (el término ukiyo) significaba ‘a condición de lo pasajero’ fruto de la vida diaria y sus deseos. Era de sabios no dejarse seducir por ello, en tanto en cuanto era el origen mismo del constante sufrimiento: ukiyo denotaba, en consecuencia, el mundo (yo) del sufrimiento (uki)”<sup>34</sup>. Es por eso que eligieron el nombre de Ukiyo-e, para enfrentarlo a la visión budista en una celebración del momento efímero del placer, y al tiempo que apelaba al pecado o mundo de tinieblas, en referencia a la etimología budista original del término, introducía un matiz paródico. “Todas las formas de arte popular y literatura, como reacción frente a sus elevados predecesores, se caracterizaban por su irreverencia hacia los valores tradicionales budistas y confucianos”<sup>35</sup>.

A menudo se comete el error de pensar que el Ukiyo-e comprende únicamente xilografías del período Edo. En realidad Ukiyo-e alude a un género o escuela y no a una técnica concreta. Es cierto que muchas de aquellas imágenes son *hanga* (xilografía) sobre papel, pero durante esos dos siglos también se cultivan otras técnicas, como la pintura sobre seda en las llamadas *nikuhitsuga*. Más aun, no se consideran Ukiyo-e aquellos grabados cuya temática no siga el ideario de las “imágenes del mundo flotante”; aun cuando a priori no resulte muy difícil: diversión, lugares famosos, centros de ocio y ba-

rrios de placer, viajes y paisajes, fiestas populares, locales de reunión, trasiego diario, sexo, *asobime*<sup>36</sup>, teatro kabuki y sus actores son algunos de sus temas principales. En el período Edo casi todo era Ukiyo-e porque también se incluían en esta categoría las imágenes de flores y pájaros, fruto de la contemplación, del espíritu solaz, del tiempo libre y de lo pasajero. “*El mundo fugaz y efímero (...) el mundo que fluye es en primer lugar el movimiento rápido y preciso de pincel deslizándose sobre el papel. (...) Es el dramatismo de las líneas, sus corrientes, impulsos, curvas, entrelazamientos, cortes y sacudidas. Es el ritmo de las direcciones que discurren juntas o enfrentadas, arrancan de muy lejos y se estremecen*”<sup>37</sup>. Dos géneros destacaron, eso sí, por su enorme popularidad: los *bijin-ga*, o retratos de mujeres hermosas, y los *yakusha-e*, representaciones del teatro kabuki y, en especial, de sus actores más famosos.

En el año 1603, la sacerdotisa Okuni del templo de Izuno funda los cimientos del teatro kabuki - durante una representación en la orilla del río Kamo, en la ciudad de Kyoto - que rápidamente adquiere una enorme notoriedad y gran difusión. Inicialmente nace como una danza colectiva un tanto inusual (*odori*) en la que cualquiera puede participar, y cuyo fin último es alegrar y honrar las almas de los fallecidos en las guerras de siglos pasados. Poco a poco se fue alejando del significado original de la dan-

<sup>34</sup> CALZA, Gian Carlo. Op.cit. p. 6.

<sup>35</sup> CARPENTER, John T. “The Poetic Picture: Literary Dimensions of Early Ukiyo-e”. *Ukiyo-e*. p. 18.

<sup>36</sup> Literalmente mujer de juego y diversión. Desempeñaban papeles de ‘animadoras’, aunque a menudo también ejercían de prostitutas con los clientes.



16\_Furuyama Moromasa "Retrato del actor Ichikawa Ebizō II en el papel de Kamakura no Gongorō" (1736).

za, adquiriendo un nuevo valor como manifestación artística y función teatral para disfrute de los espectadores, al tiempo que se diversificaban las historias representadas. El sencillo baile original fue ganando en expresividad y destreza, y muy pronto se generalizó su representación en casas de té y casas públicas por cortesanas, acompañadas con la música del shamisen, para deleite y divertimento de los huéspedes y clientes del local. "Desde entonces, la conexión entre el kabuki y 'la ciudad que nunca duerme' jamás se interrumpiría, y muchas estampas proporcionan pruebas fehacientes de esta relación duradera"<sup>38</sup>.

Las representaciones fueron consolidando ciertos clichés, reglas y ritos que contribuyeron a enriquecer la tradición del teatro kabuki a medida que este fue evolucionando y aproximándose a su forma actual. Aun cuando se ejercita sobre un escenario, el kabuki dista mucho de ser una representación dramática al uso y, más bien, acertaría a definirse como un arte escenográfico en la que se combinan declamación, canto y danza.

Inicialmente, tanto hombres como mujeres intervenían sobre el escenario en la representación teatral: los papeles masculinos eran representados por mujeres con atuendos de varoniles y viceversa. Esta ambigüedad, junto a la naturaleza eminentemente lúdica del evento, propició que muchas de las cortesanas incitasen a los clientes con danzas

sensuales o que terminasen vendiendo sus favores sexuales; el Gobierno, temeroso de que minase la ética del pueblo, restringió su representación - por dos ocasiones - a varones. En un primer momento, los papeles femeninos pasaron a ser interpretados por actores jóvenes - *wakashu kabuki* - pero más tarde (1652) se restringió la salida a escena exclusivamente a hombres adultos que rapaban sus sienes, como símbolo de su madurez. Esta tradición perdura hoy en día.

Habitualmente, en el teatro kabuki es más importante representar fielmente el carácter intrínseco del personaje, que la propia naturaleza del actor, o dotarlo de nuevas interpretaciones. Por ese motivo, el rostro de los actores se maquilla de un modo fijo para cada papel (fig.16). En el período Edo, y a medida que las xilografías de temática kabuki (*Yakusha-e*) cobraron mayor importancia y se centraban en retratos de actores famosos caracterizados en sus papeles más célebres, los mejores maestros del Ukiyo-e se esforzaron por captar la psicología de los personajes, más allá de los actores que los representaban. "Cuando actúa sobre el escenario, el actor ofrece dos facetas de un mismo hombre. Una es la imagen que arrastra desde su nacimiento, su auténtico rostro y su aspecto físico, la otra expresa el porte ficticio del personaje que representa. La mezcla exitosa de estas dos imágenes, la real y la ficticia, de modo que se conviertan en una

<sup>37</sup> ZACHARIAS, Thomas. "Cereza, Madera, Flores". *Grabados Japoneses*. p.23.

<sup>38</sup> CALZA, Gian Carlo. "Passions on the Stage: the Kabuki Theatre". *Ukiyo-e*. p. 48.

sola, es el signo inequívoco de la consagración de un actor<sup>39</sup>. La propia naturaleza del kabuki, que combina largos monólogos con escenas de danza con música de shamisen, facilitó la labor de los artistas, que se esforzaron en captar a los actores en los momentos de mayor dramatismo. Los clientes y compradores de xilografías de temática kabuki disfrutaban con las imágenes de sus actores favoritos, pero al mismo tiempo buscaban reproducciones que les aproximaran y transporten de nuevo a los momentos álgidos de las obras teatrales, como el poderoso discurso del héroe de una historia épica, o la dulce danza de los Onnagata (intérpretes de personajes femeninos; fig.17). *“En otras palabras, dentro del conjunto visual del ukiyo-e, que captura la acción y apariencia de un actor, estas (las estampas) añaden un componente fonético de voz y sonido. Uno disfrutaba mucho más de una imagen de un actor si además de verla podía también oírla”*<sup>40</sup>.

Ya entonces Japón demostraba su particular idiosincrasia. El teatro Noh, propio del esnobismo de la aristocracia, era despreciado por la nueva clase media en favor del popular Kabuki, cuyo significado etimológico denotaría, para algunos investigadores, “de moda”<sup>41</sup>. “En este sentido, se desarrolló un estilo teatral que explotaba las oportunidades del propio guión para la expresión corporal, ahora deliberadamente exageradas, en vez de ser sublimadas como

ocurría en el teatro Noh”<sup>42</sup>. Hoy en día, a menudo se muestran por televisión imágenes de un buen número de alocadas fans y admiradoras japonesas coreando los nombres y fotografiando a diferentes deportistas extranjeros, estrellas de cine y personajes famosos, durante su llegada a los aeropuertos o durante la celebración de diferentes eventos, que resultan, cuando menos, sorprendentes. En el Japón actual, los pósteres de estas estrellas conviven en las habitaciones y escaparates con los héroes locales. Luchadores de sumo o grandes dibujantes de manga son objeto de llantos y aplausos. “En algunos aspectos el kabuki se asemeja a los melodramas occidentales, y en él los antiguos mitos y códigos de caballería fueron reinterpretados con un ojo puesto en las tendencias y exigencias de la sociedad contemporánea. Muy pronto los actores se convirtieron en leyendas vivientes y la prueba de su popularidad es el vasto número de estampas teatrales producidas”<sup>43</sup>. En el período Edo, los actores de kabuki eran grandes celebridades, y el éxito de sus retratos sólo era superado por las imágenes de las cortesanas más bellas y deseadas. Para muchos habitantes sin grandes recursos estas estampas eran lo más cercano a comprar sus favores o conocerlas en persona. Las escenas de la calle que se comercializaban inicialmente terminaron sustituyéndose por representaciones del interior de los teatros y sus escenarios (fig. 18) o de las casas de placer,

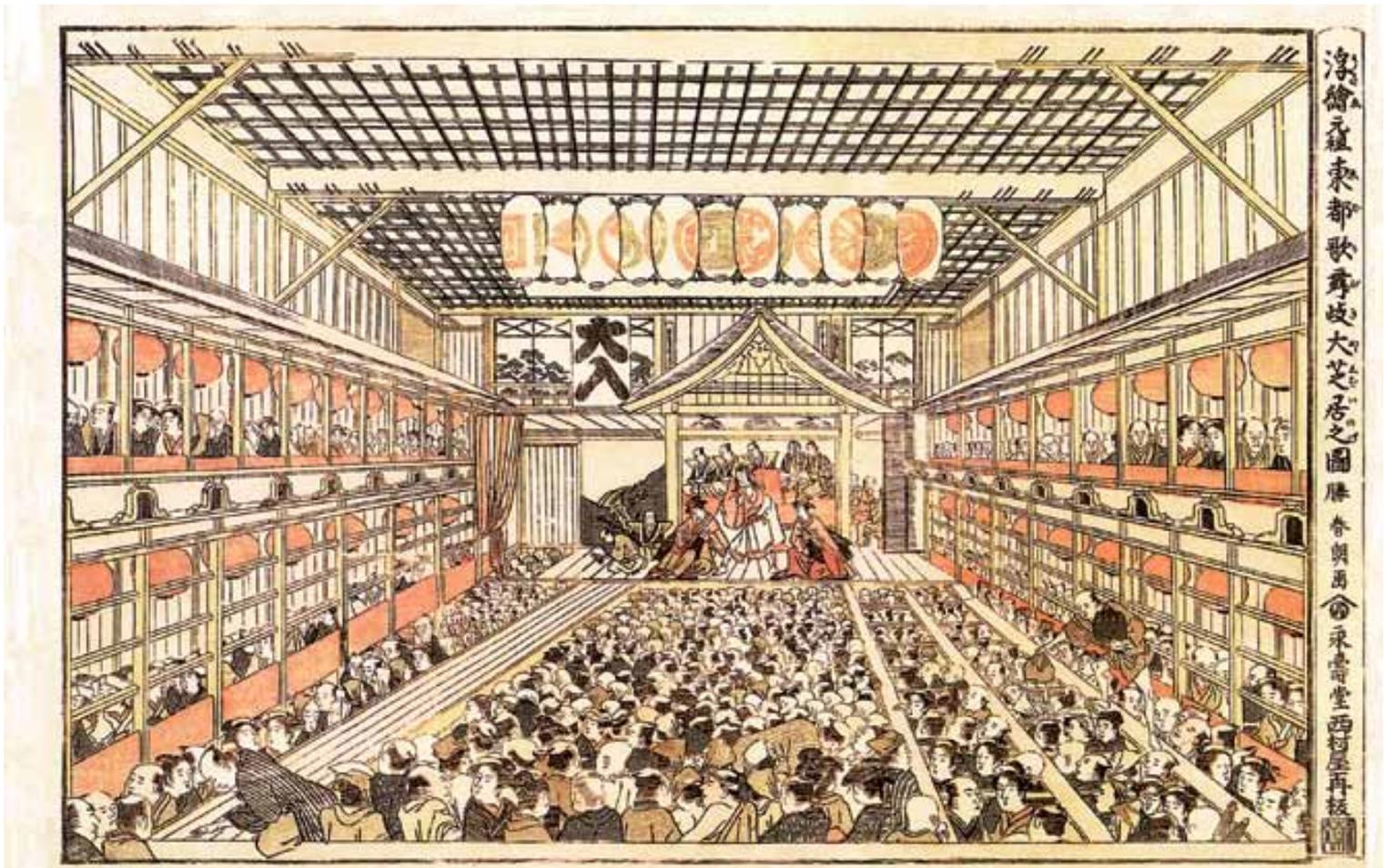
17\_Katsugawa Shunshō, “Los actores Segawa Kikunojō III y Bandō Mitsugorō II dando un paseo” (1785).



<sup>39</sup> KOBAYASHI, Tadashi. “Pictures of Female Beauties and Actors in Ukiyo-e”. *Ukiyo-e*. p. 16

<sup>40</sup> MUTŌ, Junko. “Enjoying Actor Prints: Imagining the Voices of Actors and Music”. *Ukiyo-e*. p. 10<sup>41</sup> CAWTHORNE, Nigel. *El Arte de los Grabados Japoneses*. p. 10. [Para otros investigadores, en cambio, el término ‘kabuki’ tendría su origen en el verbo ‘katamuku’, escrito con otros ideogramas kanji, y cuyo significado sería “fuera de lo común” o “inusual” (*Ukiyo-e*. p. 10.)]

<sup>42</sup> CALZA, Gian Carlo. Op.cit. p. 48.



浮世繪 東都歌舞伎大芝居之圖 春與馬命永壽堂西村屋再板

18\_ Utagawa Toyokuni, "Vista de un teatro de kabuki" (1800).

y finalmente se redujeron a retratos de los actores más famosos y de las maikos y geishas<sup>44</sup>. "En lo sucesivo, el desarrollo del Ukiyo-e y del kabuki discurrirían por caminos paralelos".<sup>45</sup>

Las esposas e hijas de ricos mercaderes buscaban entre los actores de teatro Kabuki a sus amantes. Los varones encontraban su fuente de diversión en los prostíbulos, que lejos de reducirse exclusivamente al negocio del sexo, se diversificaron como espacios polivalentes dedicados al ocio, relajación y diversión de todo tipo. Era un mundo de sexo, en definitiva, pero todo él bajo una capa de terciopelo seductora, rica y cultural. "Resulta

*significativo que el principal foco de atención - del Ukiyo-e - se centre en escenas del Yoshiwara (...). El erotismo desempeña un papel tan importante en el período tardío japonés que uno debe plantearse la significación de toda esta esfera dentro de la vida intelectual de Japón"* <sup>46</sup>.

La ciudadela del placer y el pecado por excelencia era el barrio de Yoshiwara, en Edo, fundada en el año 1618. Hasta entonces los negocios más turbios y prostíbulos se distribuían por toda la ciudad, fomentando el desorden social y la corrupción. El Shôgunato, de acuerdo con los comerciantes y responsables de estos locales, decidió unificar los negocios de-

<sup>43</sup> CALZA, Gian Carlo. Ibid. p. 48.

<sup>44</sup> Las geishas no son prostitutas, son cantantes y bailarinas expertas para distraer a los clientes, aunque sí pueden ofrecer sus servicios amorosos. Las maikos son aprendices de geisha.

<sup>45</sup> SATÔ, Mitsunobu. Op. cit. p.14.

<sup>46</sup> VON SEIDLITZ, Woldemar y AMSDEN, Dora. Op.cit.. p. 85

dicados al disfrute y al sexo en un único barrio rojo, con vigilancia y actividades reguladas. “A pesar de todo, la vida en el Yoshiwara durante el período Tokugawa estuvo caracterizada por una gran relajación con respecto a las estrictas normas del pasado, una ampliación de horizontes esencial para las clases medias-bajas”<sup>47</sup>. Esta pequeña ciudad del placer, bulliciosa, abarrotada de pequeños comercios y lugares de entretenimiento, se levantó sobre un cañaveral cenagoso a las afueras de la capital. El propio nombre ponía de manifiesto esta condición, ya que Yoshiwara significa, literalmente, cañaveral. No tardaron mucho en reescribir el término con diferentes caracteres para que, con idéntica pronunciación, pasase a significar “campos de la felicidad”<sup>48</sup>. “*Este era el hogar de la cortesana y del kabuki, y la principal inspiración del Ukiyo-e*”<sup>49</sup>. Tras el gran incendio de 1657, que arrasó gran parte de la ciudad y acabó con la mitad de su población en aquel momento, se construyó un *nuevo* Yoshiwara (Shin-Yoshiwara) cerca del templo de Asakusa, muy alejado del núcleo de la ciudad en aquella época, hasta su cierre a mediados del siglo XX. A pesar de que un hombre adulto tardaba más de una hora en caminar desde el corazón de Edo hasta el distrito rojo de Yoshiwara, la distancia contribuyó a mitificar la imagen mágica y deslumbrante del Barrio del Placer, y no tanto al desánimo de los potenciales clientes. “*Su inaccesibilidad aumentó su fetichismo. Aquellos que no lo visitaban se conforma-*



*ban con imaginarlo. Yoshiwara no sólo era lejano, sino también exorbitantemente caro. Muy pocos lo visitaban a menudo y la mayoría no fue jamás. Las pinturas llenaban el hueco*<sup>50</sup>.

Tras las primeras décadas de la Era Edo, las manifestaciones populares literarias y artísticas se diversificaron enormemente. El período Genroku (1688-1704) alumbró el florecimiento y consolidación del Ukiyo-e. Si bien es cierto que el período atañe específicamente a un lapso breve de tiempo de dieciséis años entre finales del siglo XVII y comienzos del XVIII, los historiadores, en ocasiones, emplean el término Genroku para referirse a un marco temporal más amplio, que comprende desde la década de 1680 hasta mediados del siglo XVIII, con el advenimiento de una segunda generación de grandes maestros de la xilografía Ukiyo-e. “*El período Genroku fue una época de opulencia manifiesta, de gustos exquisitos en la comida, la moda y el arte, y un tiempo en que la rica clase comerciante ejerció una enorme influencia sobre la producción cultural*”<sup>51</sup>.

Hishikawa Moronobu (1618-1694) es considerado el primer



19\_Hishikawa Moronobu, “Edo suzume” (1677)

20\_Hishikawa Moronobu, “Amantes y asistente” (1680)

<sup>47</sup> Ibid. p. 94.

<sup>48</sup> El concepto *yoshi*, escrito con diferentes ideogramas *kanji*, denota tanto ‘cañas’ como ‘felicidad’, y *wara* es ‘campo’ o ‘terreno’.

<sup>49</sup> CAWTHORNE, Nigel. Op. cit. p. 76.

<sup>50</sup> SCREECH, Timon. Op.cit. p. 23.

gran representante del Ukiyo-e. Su influencia fue tan grande, tanto entre sus coetáneos como en las generaciones de artistas venideras, que llegó a acuñar una denominación propia para su estilo a mediados del siglo XVII, el *Yamato-Ukiyo-e*. Consciente de la trascendencia de su trabajo, cambió su nombre y fundó su propia escuela, a la que se unieron numerosos artistas. Aquellas primeras imágenes ya apuntaban a la mejor tradición temática del Ukiyo-e, atendiendo a los gustos del mundo flotante: las cortesanas más hermosas, los barrios de placer, el sexo y la vida cotidiana en Edo. (fig.19)

En 1660, el célebre artista Monoboru dio un paso de enorme importancia y vital trascendencia en la historia del grabado japonés. Advirtiendo una enorme carencia de oferta frente a la abrumadora demanda, convenció a sus editores para vender sus ilustraciones en hojas sueltas, sin texto de ningún tipo. Estas estampas se podían adquirir muy baratas en tiendas de subastas, librerías, puestos de vendedores ambulantes o mercadillos, y tenían un carácter exclusivamente decorativo. La valoración podía variar atendiendo a criterios como el tamaño y la calidad del grabado, pero hasta mediados del siglo XIX se podían adquirir por el equivalente a una ración de comida. Su valor en el período Edo sería equivalente al de un póster actual; no se enmarcaban o protegían y una vez que amarilleaban o se degradaban los colores por exposición a la luz, se tiraban

a la basura. Pensadas como objetos baratos de consumo masivo, su naturaleza comercial apenas distaba de la consideración actual de los semanarios y revistas de manga, producidos igualmente con medios precarios y desechados una vez han sido leídos por el consumidor.

Junto a su alumno Jihei, Moronobu es considerado el padre de las láminas sueltas. La técnica de la xilografía despunta como un nuevo medio de expresión del arte civil, cuyas estampas se podían producir en grandes cantidades y a bajo precio. Las xilografías de la Era Edo pueden clasificarse a grandes rasgos en tres categorías atendiendo al formato: libros impresos con texto e ilustraciones (*hanbon*), tarjetas de felicitación (*surimono*<sup>52</sup>) y estampas sueltas (*ichimai-e*), pero a menudo, y dado el enorme éxito de estas últimas, se generalizó el uso del término Ukiyo-e para referirse a las xilografías impresas en hojas sueltas y destinadas a la venta.

Su xilografía es paradigmática de los primeros años del Ukiyo-e: tosca y monocroma, pero muy expresiva. Este tipo de imagen, con dominio de la línea y en color negro se conoce como *sumizuri-e* (fig.20). Si se piensa detenidamente, estas primeras hanga ya presentaban muchas de las características irrenunciables del manga actual. La importancia de la línea como elemento constructivo o el empleo exclusivo del color negro, la primacía de la imagen sobre el texto es-

<sup>51</sup> CARPENTER, John T. Op.cit. p. 18.

<sup>52</sup> Estas estampas, muy elaboradas, se realizaban por encargo a clientes privados con motivo de una ocasión especial. Su calidad y corta tirada las hacían particularmente costosas.

crito, el interés e influencia por cuestiones populares, la gran difusión y accesibilidad económica son cuestiones que se analizarán más detenidamente, pero que ya estaban presentes en las obras de Monoboru y sus contemporáneos. “*El pintor japonés sabe que el auténtico maestro selecciona, no pinta todo lo que ve, sino que concentra sus esfuerzos en la reproducción de las líneas de movimiento, y dentro de las figuras en las líneas de las extremidades y el flujo de los ropajes*”<sup>53</sup>.

Como ocurre hoy con el manga, en los años que siguieron a estas precursoras estampas, los temas y técnicas del Ukiyo-e fueron evolucionando para ajustarse a la demanda popular. El intento de representar minuciosamente los vistosos kimonos de las cortesanas propició la paulatina introducción del color en los vestidos de las mismas (fig.21). En un primer momento la aplicación de este color se realizaba de una manera manual, aplicando los colores con pincel, y posteriormente se introdujo el empleo de dos o más matrices para este fin<sup>54</sup>. Los formatos alargados y estrechos (*hosoban*<sup>55</sup>), con un enfoque más decorativo y pensados para ser colgados, fueron sustituyendo a las estampas más pequeñas. Inicialmente, estas ediciones resultaban laboriosas y de alto coste, y sólo se realizaban por encargo de coleccionistas y entusiastas (como hoy en día), sin embargo, la difusión de nuevas técnicas de influencia china posibilitaron la

generalización de la policromía en las estampas.

Esquemáticamente, la técnica del Ukiyo-e consistía en una primera impresión que se realizaba con tinta negra, a continuación de lo cual se sucedían una serie de pasos para añadir los demás colores. Para un buen registro de la segunda y sucesivas matrices se introdujeron las correspondientes señales de ajuste (*kantô*), consistentes en unas marcas que delimitaban con precisión la ubicación de las esquinas del papel para la correcta colocación del mismo. Aunque así descrito el procedimiento parece sencillo el proceso real resultaba mucho más elaborado. Para la producción de una imagen policroma era necesaria la colaboración y coordinación de todo un equipo, dirigidos por el editor, y en el que cada cual desempeñaba un papel preciso. Además del editor, responsable no sólo de la coordinación y comisariado del proyecto sino también de la financiación, venta y distribución, participaban un artista, un calígrafo (si se incluía texto) un cortador de moldes, un fabricante de papel, un grabador y un estampador, a parte de diversos aprendices y ayudantes. En Japón, el artista - frente a su homólogo europeo - sólo era responsable del diseño inicial de la obra (*shita-e*) y supervisión de colores y, salvo en raras ocasiones, no intervenía en el proceso de estampación. El diseño del artista, en línea negra (y con anotaciones concretando los colores) se le entregaba a un

<sup>53</sup> VON SEIDLITZ, Woldemar y AMSDEN, Dora. Op. cit. p. 29.

<sup>54</sup> Las estampas con dos colores recibían el nombre de *benizuri-e*, y la tonalidad empleada dependía a menudo de cada escuela. Normalmente los colores empleados eran rojo y bermellón (*tan-e*), pero pronto empezaron a experimentar con el carmín - llamadas *beni-e* - el amarillo o el índigo (*aizuri-e*).

<sup>55</sup> El tamaño de la hoja es de 30-35´5 x 15,5 cm aproximadamente. Existía gran variedad de formatos, muchos de los cuales fueron desapareciendo en favor de otros más modernos - y a menudo más grandes - atendiendo a cuestiones de gusto, decoración y moda. Entre los más habituales están los formatos *oban* (grande) de 40 x 27 cm aprox., *chûban* (formato medio) de 29 x 19 cm aprox., *hazama-ban* (vertical) de 33 x 23 cm, y *shikishi-ban* (cuadrado), además de algunos tipos de estampas con formato propio, como los *hashira-e* (carteles para postes) de 70 x 20 cm, o los *uchiwa-eban*, diseñados para abanicos.

discípulo para que lo copiase en un papel de poco gramaje y casi transparente (*haushita-e*). Después el diseño pasaba a un grabador quien colocaba boca abajo el *haushita-e* sobre las piezas de madera. Los bloques de madera, de gran dureza, podían ser de diferente procedencia, dependiendo si la obra era monocroma o policroma. Si llevaba color se solía seleccionar madera de cerezo, muy dura y de gran finura, aunque también muy cara. La madera de *ho*, perteneciente a la familia del magnolio, era un buen sustituto, aunque de menor dureza. Tras cortar la madera siguiendo las líneas del modelo, se extraía la madera de alrededor para dejar las líneas en relieve. Estas se entintaban y se estampaban manualmente frotando el *baren*<sup>56</sup> sobre la parte trasera del papel. Las primeras impresiones en negro (*kyôgo-zuri*) servían como plantilla para las matrices de cada color. Las marcas *kantô*, antes descritas, eran fundamentales para el correcto registro de los sucesivos

colores. Gracias a esta técnica y a la minuciosidad adquirida por los diferentes artesanos se podían alcanzar unos resultados realmente vistosos y sofisticados. Con el auge de esta técnica comenzará el auténtico desarrollo del Ukiyo-e, hasta ahora presidido por tres generaciones de la escuela Torii<sup>57</sup>, evolucionando progresivamente desde el rollo de pergamino de ilustraciones en tinta china hasta la xilografía policroma. “*El arte de estampar en el papel con tinta china mediante una tabla tallada, constituye la base de nuestra cultura, representada por ‘el papel y la madera’*. Diría que el grabado en madera es el arte que pudo engendrar una tierra donde abundan papeles y maderas de excelente calidad”<sup>58</sup>.

La influencia de la obra de Moronobu está presente en todas las grandes escuelas de pintura y xilografía de aquella época. Las escuelas Kaigetsudo - dirigida por Kaigetsudo Ando - y Torii produjeron la mayor parte de sus grabados siguiendo el estilo de Moronobu. Torii Kiyonobu (1664-1729), fundador de la célebre escuela Torii, era hijo de un conocido actor y pintor de teatro kabuki (Torii Kiyomoto) y a la edad de 23 años se mudó con su padre a la ciudad de Edo. La profesión paterna y su admiración por la técnica y obra de Moronobu fueron dos factores de vital influencia en su desarrollo artístico, y definieron la evolución de su obra a lo largo de toda su vida, casi siempre ligada al imaginario del teatro kabuki. El reconocimiento

21 \_Hishikawa Moronobu, "Pareja joven" (1673).



<sup>56</sup> El *baren* es un utensilio tradicional utilizado para la estampación de xilografías, consistente en un disco, forrado con hoja de bambú, plano en uno de sus lados y con una empuñadura anudada en el reverso. Su aparición data de mediados del período Edo. Ha permanecido sin apenas variaciones hasta la actualidad.

<sup>57</sup> Desde la gran aportación de Monoboru, la escuela Torii, creada en torno al artista Torii Kiyonobu y centrada en el universo kabuki, fue la gran impulsora en Edo de los Ukiyo-e. Sus creaciones, caracterizadas inicialmente por su estilo enérgico, evolucionaron en los últimos años hacia nuevas técnicas como el *benizuri-e* y a imágenes más dulces y delicadas.

<sup>58</sup> UCHIDA, Keiichi. "Grabado budista en Japón". *Budismo. Monjes, comerciantes y samuráis. 1.000 años de estampa japonesa*. p.35.

le llegó de la mano de Ichikawa Danjûrô I<sup>59</sup>, un famoso actor de teatro kabuki que, en aquella época, había popularizado un estilo rudo y exagerado de actuar, conocido como *aragoto*<sup>60</sup>, que pretendía enfatizar la fuerza colosal y gallardía del personaje. Kiyonobu, a fin de transmitir esta fuerza en sus imágenes, desarrolló un estilo de líneas fuertes y trazos modulados para resaltar la poderosa musculatura del actor protagonista, que recuerdan a algunos registros gráficos empleados en la actualidad (fig.22). *“Musculoso, haciendo muecas y jadeando, amanerado como un pavo con las plumas agitadas y pletórico de energía: Un género propio de la virilidad se glorifica en los retratos de los héroes de historias dramáticas y en los de luchadores y artistas. El rudo lenguaje pictórico de los ‘primitivos’ se ajusta a estos paquetes de músculos a punto de estallar, sus modelos llegarán hasta el cómic actual”*<sup>61</sup>. Estas técnicas pictóricas, que hacen hincapié en el movimiento y la fuerza del personaje, ya se empleaban para representar figuras humanas en otras disciplinas artísticas, y fueron elaboradas y perfeccionadas especialmente para expresar ira en la escultura y pintura budistas, como en los rostros de las deidades guardianas situadas en los flancos de las puertas de acceso a los templos<sup>62</sup>. Este método también fue utilizado por Torii Kiyomasu, hijo de Kiyonobu, y sucesivas generaciones Torii, y la escuela se terminó por asociar con el *aragoto* y sus actores (fig.23). *“El Kabuki*

*es auténticamente melodramático. Posee toda la gracia y movimiento del ballet, pero en ocasiones para la acción formando cuadros multicolores. Es el tema perfecto para el arte”*<sup>63</sup>.

A menudo, los diferentes gobiernos de cada época intentaron legislar y controlar el crecimiento imparable del Ukiyo-e, sobre todo en lo referente a cuestiones de mercado, moralidad y censura. En la Era Kyoho (1716-1736), el *Bakufu* (Gobierno de los Tokugawa), bajo los cánones de la religión confuciana, intentó imponer la austeridad en todas las facetas de la vida. Los símbolos y ornamentos ostentosos y lujosos fueron prohibidos, y con ellos las ediciones polícromas y de gran formato de xilografías Ukiyo-e. La temática política, la burla a la censura gubernamental o al sistema fueron vedados, así como los grabados eróticos shunga por considerarlos perniciosos. No obstante, los mismos principios confucianos que exhortaban a una vida sobria y casta, instaban al aprendizaje, lo que motivó que el Gobierno levantara la prohibición vigente sobre los libros extranjeros (a excepción de aquellos que versasen sobre la Religión Cristiana), y comenzasen a importarse en Japón numerosos tratados y publicaciones ilustradas desde China, en un primer momento, y de otros países occidentales. Esta influencia se tradujo rápidamente en el Ukiyo-e en la generalización de las imágenes *uki-e* y la pintura perspectiva. Okumura Masanobu fue un pionero en



22\_Torii Kiyonobu, “Yamanaka Heikurô e Ichikawa Danjûrô II” (1714).

<sup>59</sup> Danjûrô I es, probablemente, el seudónimo más célebre en la historia del teatro kabuki. En el mundo del kabuki, los nombres de los actores se rigen por un sistema de sucesión, en el que las nuevas generaciones toman posesión de los nombres artísticos de sus padres o maestros. El nombre de Ichikawa Danjûrô se ha ido transmitiendo hasta la actualidad. Horikoshi Natsuo (1946) ostenta desde el año 1985 el sobrenombre de Ichikawa Danjûrô XII.<sup>60</sup> Dentro del estilo de interpretación *aragoto*, destaca la poderosa pose “mie”, que indica un situación de clímax o máxima intensidad, en la que el actor congela los movimientos y abre los ojos de manera desorbitada, lo que contribuye a imprimir mayor intensidad al momento. Representar los ojos de gran tamaño, como intensificadores de los sentimientos, es un recurso expresivo que emplearán de nuevo muchos autores de manga contemporáneo.



24\_Katsugawa Shunshō, "Luchadores de sumo del grupo del este" (1782). >>



23\_Torii Kiyomasu I, "Ichikawa Danjūrō I en el papel de Soga no Gorō" (1697).

este campo y uno de los artistas más influyente de esos años.

En las décadas siguientes destacaron algunos artistas, como Shunsho (fig.24), cuyas imágenes respondían a los géneros más demandados del Ukiyo-e: *bijin-ga* de mujeres hermosas y *yakusha-e* de actores de teatro kabuki. Los herederos de la escuela Katsukawa y discípulos de Shunsho renovaron la temática del retrato al incluir luchadores de Sumo y guerreros (*musha-e*) en sus composiciones. La convivencia en el mercado de temas tan populares como los actores de teatro kabuki o de mujeres hermosas de los barrios de placer, con otros menos comerciales como los paisajes, las imágenes de la naturaleza y animales (*kachō-e*) o las escenas costumbristas respondía a la caducidad de los primeros. Las estampas de actores, caracterizados en sus papeles, debían venderse rápidamente y en gran número mientras sus representaciones se mantuviesen en cartel. Frente a este carácter efímero y perecedero de las *yakusha-e* e imágenes *bijin-ga*, otros géneros en apariencia menos comerciales continuaban resultando atractivos a ojos del público por más tiempo, manteniendo plenamente su vigencia comercial.

1764 es la fecha del despegue definitivo de la cromoxilografía. En ese año se puso de moda un nuevo pasatiempo entre los poderosos samuráis y los ciudadanos más adinerados de Edo, consistente en asignar a

cada mes del calendario una nueva estampa (*e-goyomi*). El coleccionismo inicial devino en un permanente intercambio de imágenes *surimono*, cada cual más espectacular y elaborada que la anterior, y la creciente rivalidad entre los propietarios más potentados exigió la fabricación de xilografías más costosas. "Los surimono eran estampas para los paladares más sofisticados. Para su producción se empleaba una madera especial de gran dureza, papel de alto gramaje y excelente calidad en formato rectangular o cuadrado y las más sublimes y avanzadas técnicas de cromoxilografía. Más aun, los temas elevados que solían representarse evidenciaban que iban dirigidas a un destinatario cultivado"<sup>64</sup>. Algunos coleccionistas se convirtieron en mecenas, subvencionando la creación de estas estampas, y muy pronto combinaban el trabajo de grandes pintores, xilógrafos y grabadores en un afán por superarse en lujo y dificultad. La unión de todos estos factores supuso el nacimiento del *nishiki-e* ("pinturas brocado"), una técnica muy avanzada en la que podían emplearse muchos colores elegidos libremente. Además de xilografías sueltas, eran comunes en el la Era Tokugawa los dípticos y trípticos, donde el conjunto de estampas formaba una única imagen, o que, aun cuando poseían sentido de manera aislada, pasaban a narrar conjuntamente una sucesión de episodios de una leyenda o un famoso suceso popular. Aunque habitualmente predominaban

<sup>61</sup> ZACHARIAS, Thomas. Op.cit. p. 25.

<sup>62</sup> KOBAYASHI, Tadashi. Op.cit. p. 16

<sup>63</sup> CAWTHORNE, Nigel. Op.cit. p. 83.

<sup>64</sup> ASANO, Shūgō. "Three Types of Ukiyo-e Prints: Loose Prints, Greeting Cards and Printed Books". *Ukiyo-e*. p. 39.

las estampas individuales en el mercado, los artistas y editores también producían series de obras con una temática común, destinadas a coleccionistas y a clientes más selectos.

El gran artista de este período fue Suzuki Harunobu (fig.25), que perfeccionó notablemente las posibilidades del grabado y la impresión, hasta alcanzar un estilo detallista y muy refinado. Sus imágenes, de gran sutileza, pertenecían mayoritariamente al género *bijin-ga*, especializándose en el retrato de mujeres burguesas y hermosas. La obra de Harunobu no goza de reconocimiento únicamente por “la introducción de nuevos colores en el bloque de impresión, sino también por sus esquemas compositivos, la yuxtaposición de sombras y maravillosos tratamiento de las zonas delimitadas por los contornos impresos”<sup>65</sup>. Paralelamente al trabajo de Harunobu, también aumentó entre las gentes de Edo el interés por los *yakusha-e*, que se esforzaban por captar a los actores de *kabuki* durante sus representaciones teatrales sobre los escenarios y, de manera particular, por reflejar su mímica y expresiones faciales (fig.26).

Con la llegada del período Tenmei (1781-1789), y más tarde el período Kansei (1789-1801), se produjo un segundo florecimiento de la cultura Edo. La población gozaba de un período de relativa bonanza y bienestar social. La mayoría del pueblo, alejado de las inquietudes y preocupacio-



25 Suzuki Harunobu "Jóvenes amantes y reloj" (1767).

nes de antaño, disfrutaba de la variada oferta cultural, de ocio y actividades de la que hacía gala la próspera ciudad de Edo. Era el momento para la diversión, para el goce de los sentidos, las excursiones a exteriores y el folklore. Esta coyuntura económica y social favoreció, asimismo, la proliferación y auge del *Ukiyo-e*, y ahora, más que nunca, las imágenes del mundo flotante hacían honor a su nombre, engalanadas con un suntuoso despliegue de colores y fieles al mejor repertorio temático. Algunos herederos de la tradición paisajística de la escuela Torii, como Torii Kiyonaga, introdujeron estos mismos paisajes en sus fondos, combinándolos con las brillantes policromías de los delicados ropajes de las cortesanas que se situaban en el primer plano, definiendo un imaginario propio que más tarde recuperarían Hokusai o Hiroshige.

Tradicionalmente se considera que con la llegada del período Kansei se alcanza la perfec-

<sup>65</sup> VON SEIDLITZ, Woldemar y AMSDEN, Dora. Op.cit. 51.

<sup>66</sup> Ibid. p. 73.

<sup>67</sup> CAWTHORNE, Nigel. Op.cit. p.19.



26\_Utagawa Kunisada, "Kajiwara Genta" (1814).

ción técnica de la xilografía y se señala a Kitagawa Utamaro (1753-1806) como máximo exponente de esa perfección. Sus obras más conocidas ilustran figuras femeninas sentadas, pertenecientes al llamado género *bijin-ga*, y presentan una composición singular con unas características que las diferencian de las creaciones de cualquier otro autor y que fueron del agrado del gran público. Utamaro colocaba el rostro de sus modelos en el centro de la imagen, alrededor del cual construía el conjunto de la misma. Esta inusual disposición gozó de gran popularidad y recibió el nombre de *okubi-e*. Las bellas mujeres representadas en estas imágenes oban (de gran formato), aparecían aisladas, sobre un fondo neutro y sencillo de colores claros, carente de ornamento y donde la figura femenina era el centro de toda atención (fig.27). Además, y al contrario de lo que venía siendo habitual en períodos anteriores, la pose de la modelo o su ropa no eran el aspecto fundamental de la imagen, sino la belleza interior que subyacía bajo las insinuaciones y gestos de complicidad de sus delicadas expresiones. "Poco a poco fue introduciendo en el tratamiento tradicional de los rasgos una gracia rebelde, un asombro ingenuo, una comprensión espiritual; además, fue el primer artista que intentó fusionar con ellos una expresión humana a la vez que conservaba las líneas tradicionales consagradas, y de este modo sus mejores impresiones

se convirtieron en auténticos retratos. (...) A diferencia de otros artistas japoneses él idealiza a las mujeres de su país a través de la mímica de su grácil humanidad"<sup>66</sup>. Asimismo, destacó por elegir a prostitutas, mujeres de los barrios de placer o mujeres sencillas, alejándose del tópico de las burguesas y las famosas cortesanas, y por desafiar el consentimiento oficial. Su éxito fue arrollador, y en adelante "el nombre de Utamaro se equiparó con el término Ukiyo-e".<sup>67</sup>

Juzaburo Tsutaya (1750-1797) es, junto con Utamaro, el representante de los años dorados del Ukiyo-e durante el período Kansei. Hoy en día se le reconoce como uno de los editores más



27 Kitagawa Utamaro "Tres bellezas de hoy: Tomimoto Toyohina, Naniwaya Kita y Takashima Hisa" (1793). >>

importantes en la historia de grabado Ukiyo-e, no sólo por haber trabajado con los artistas más famosos de la Era Edo sino por la magnífica calidad de sus publicaciones. Nacido en el distrito del Placer de Yoshiwara, Tsutaya, propietario de una tienda homónima de estampas situada en el corazón de la ciudad de Edo, refrendó la dura tarea de los empresarios y editores inmersos en la vorágine de autores, asociaciones y restricciones del Ukiyo-e en el último cuarto del siglo XVIII. Entre las publicaciones más populares y económicas de la época se encontraban los libros de almohada y las Guías de Yoshiwara (Yoshiwara Saiken). Estas últimas, con carácter semestral, recogían un listado con los burdeles y prostitutas del distrito rojo de Yoshiwara, incluyendo un ranking con puntuaciones y anotaciones sobre las mismas. En 1776, Juzaburo Tsutaya comenzó a producir diferentes ediciones con novedosos formatos para competir con las publicaciones rivales, de la casa Irogataya que, desde 1738 y hasta esa fecha, habían ostentado el monopolio de las guías de Yoshiwara, y en las que habían participado grandes artistas del Ukiyo-e como Shunshō o Jintaku. Estos “*ofrecían a los hombres de Edo sus deseos más íntimos en un formato (monocromo) asequible*”<sup>68</sup>. El éxito de los libros de Tsutaya fue demoledor, hasta el punto que la editorial Irogataya, incapaz de competir con estas publicaciones, abandonó definitivamente el negocio de las guías en 1788, que quedó

exclusivamente en manos del empresario Tsutaya.

En 1794, el gobierno Tokugawa censuró la mayoría de sus publicaciones y confiscó gran parte de sus posesiones y fortuna. Buscando resarcirse de las pérdidas ocasionadas, decidió producir una importe tirada de estampas de actores kabuki (*Yakusha-e*). Habiendo trabajado con artistas de la talla y reconocimiento de Utamaro o Eiri, sorprendió que se decantase por un autor desconocido, bajo el sobrenombre de Sharaku. Se sabe que estuvo en activo entre 1794 y 1795, pero se desconoce por completo cualquier detalle de su vida con anterioridad o posterioridad a esas fechas. No obstante, sus retratos, más de 140 grabados realizados en apenas diez meses, agradaron enormemente por su calidad y sorprendente técnica. Entre otros recursos, sus estampas se sirven del método *kirazuri*<sup>69</sup>, en el que se emplea polvo de mica para obtener un efecto plateado. Además, Sharaku destacó por resaltar la faceta más humana de los personajes, por su realismo mímico y vital y por su certero retrato de los actores de teatro kabuki (fig.28). Su desaparición en 1795 sorprendió enormemente a sus coetáneos; hoy en día es objeto de estudio por parte de historiadores y cronistas japoneses. El mismo Tsutaya contribuyó a agrandar la leyenda y misterio que se oculta bajo el nombre de Sharaku, al fallecer, dos años más tarde, sin haber revelado la identidad del artista<sup>70</sup>. Su virtuo-

28



<sup>68</sup> SCREECH, Timon. Op.cit. p. 25.

<sup>69</sup> Esta técnica, muy utilizada por Utamaro y Sharaku, necesita dos planchas para su realización. En una de ellas se aplica el color del fondo y en la otra una cola de algas o de huesos a modo de engrudo o mordiente. Tras retirar el papel y mientras el adhesivo permanezca húmedo se espolvorea mica sobre la superficie, descartando el polvo sobrante. Dependiendo del color de fondo se pueden adquirir tonalidades plateadas, destellos e iridiscencias. Estas xilografías se conocen con el nombre de Kira-e o Kirakake.

<sup>70</sup> A raíz de unos documentos de reciente aparición, algunos críticos e investigadores afirman que el artista conocido como Sharaku era, en realidad, Saito Jurobei, un actor de teatro *noh*.

sismo y singular aproximación a la psique de los actores han propiciado que, más allá de su escasa trayectoria o del desconocimiento de su vida y circunstancias, se le considere uno de los mejores artistas del Ukiyo-e.

todo, Hokusai, que marcará un punto de inflexión en la historia moderna de la gráfica japonesa.

#### HOKUSAI MANGA

A finales del siglo XVIII y principios del XIX Japón ya había entrado en contacto con la pintura occidental. Hasta ese momento la presencia de imágenes procedentes de Europa había sido meramente testimonial. Este novedoso intercambio se traduce en un progresivo perfeccionamiento del *uki-e* (pintura perspectiva), y se diversifican las técnicas de grabado calcográfico con planchas de cobre, que tendrán una gran influencia en la temática paisajística en general y en dos de los grandes autores del Ukiyo-e: Hiroshige y, sobre-

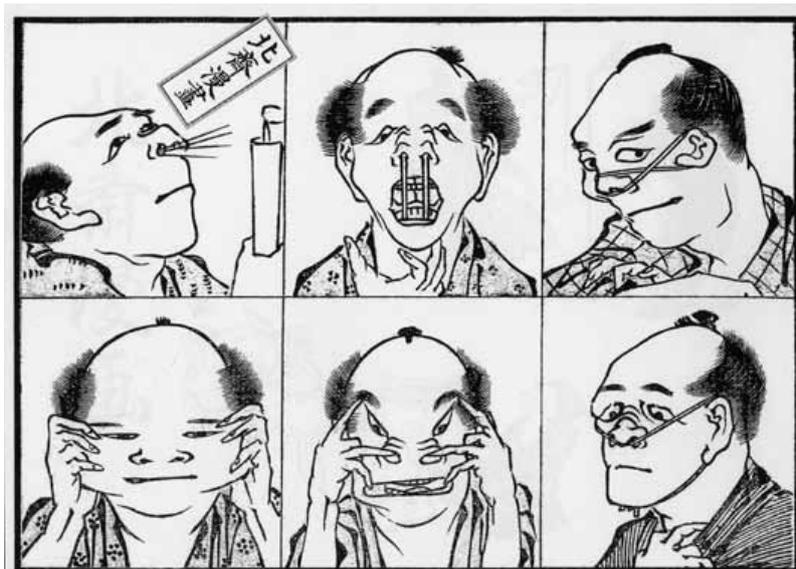
Katsushita Hokusai es el representante más universal del Ukiyo-e. Sus paisajes fueron los primeros ejemplos de arte japonés apreciados en occidente. Incluso hoy en día, los grabados japoneses más conocidos en el resto del mundo son “Fuji en un día claro” (fig.29) y “Gran ola en Kanagawa”, ambos pertenecientes a su serie “36 vistas del monte Fuji”. Junto a su obra gráfica, Hokusai destacó por su excentricidad y su increíble espíritu emprendedor. Su “Hokusai Manga” sentó las bases del

29



cómic japonés actual, sacudió los cimientos del arte europeo y redefinió los planteamientos de los artistas occidentales (fig.30). A su lado, y también dentro de esta corriente paisajística que protagonizó los últimos años dorados del Ukiyo-e, destaca Hiroshige, genial, igual que Hokusai, pero de temperamento e inquietudes más sosegadas. Utagawa Hiroshige (1797-1858) es, tras Hokusai, el último gran maestro del Ukiyo-e. Hijo de una familia samurái de bajo rango, se dedicó a la pintura y al grabado desde muy temprana edad. Tras la muerte de su padre, Hiroshige cedió el título de cabeza de familia en favor de su tío, para poder consagrarse al Ukiyo-e. A pesar de su inigualable maestría, siguió los pasos de Hokusai revitalizando el género de paisajes y naturaleza, eclipsado, en ocasiones, por la notoriedad y trascendencia social de este último. Los paisajes e imágenes de la naturaleza, como los dibujos de flores, insectos y pájaros (*kachoe*), habían sido rechazados por los primeros artistas del Ukiyo-e, pero en las últimas décadas del período Edo se convirtieron en un tema recurrente y de gran éxito, en gran medida gracias al empuje de los maestros Hiroshige y Hokusai (fig.31).

Katsushita Hokusai (Edo, 1760-1849) comenzó a pintar con tan sólo seis años y continuó hasta el día de su muerte, dejando un legado artístico apabullante consistente en más de treinta mil estampas e ilustraciones para más de quinientos libros. Su obra no



sólo destaca por las cifras de producción, sino también por su calidad y trascendencia, conocida en todo el mundo e influyente en artistas como Manet o Van Gogh.

Hokusai publicó sus primeros trabajos en 1779 bajo el seudónimo de Shunrô. Entre los muchos nombres y seudónimos que adoptó a lo largo de su vida – veinte en total<sup>71</sup> – se incluye el de ‘Hokusai’, por el que hoy se le conoce, en 1797. Sus comienzos estuvieron ligados a las técnicas de cromoxilografía nishiki-e empleadas por Harunobu pero, si bien a lo largo de toda su carrera experimento con los géneros principales del Ukiyo-e, sus mejores obras – y las más importantes – pertenecen, sin duda, a los últimos 40 años, y se enmarcan principalmente en la temática paisajística. Estas estampas solían agruparse en series, siendo “36 vistas de monte Fuji”<sup>72</sup> (1831) la

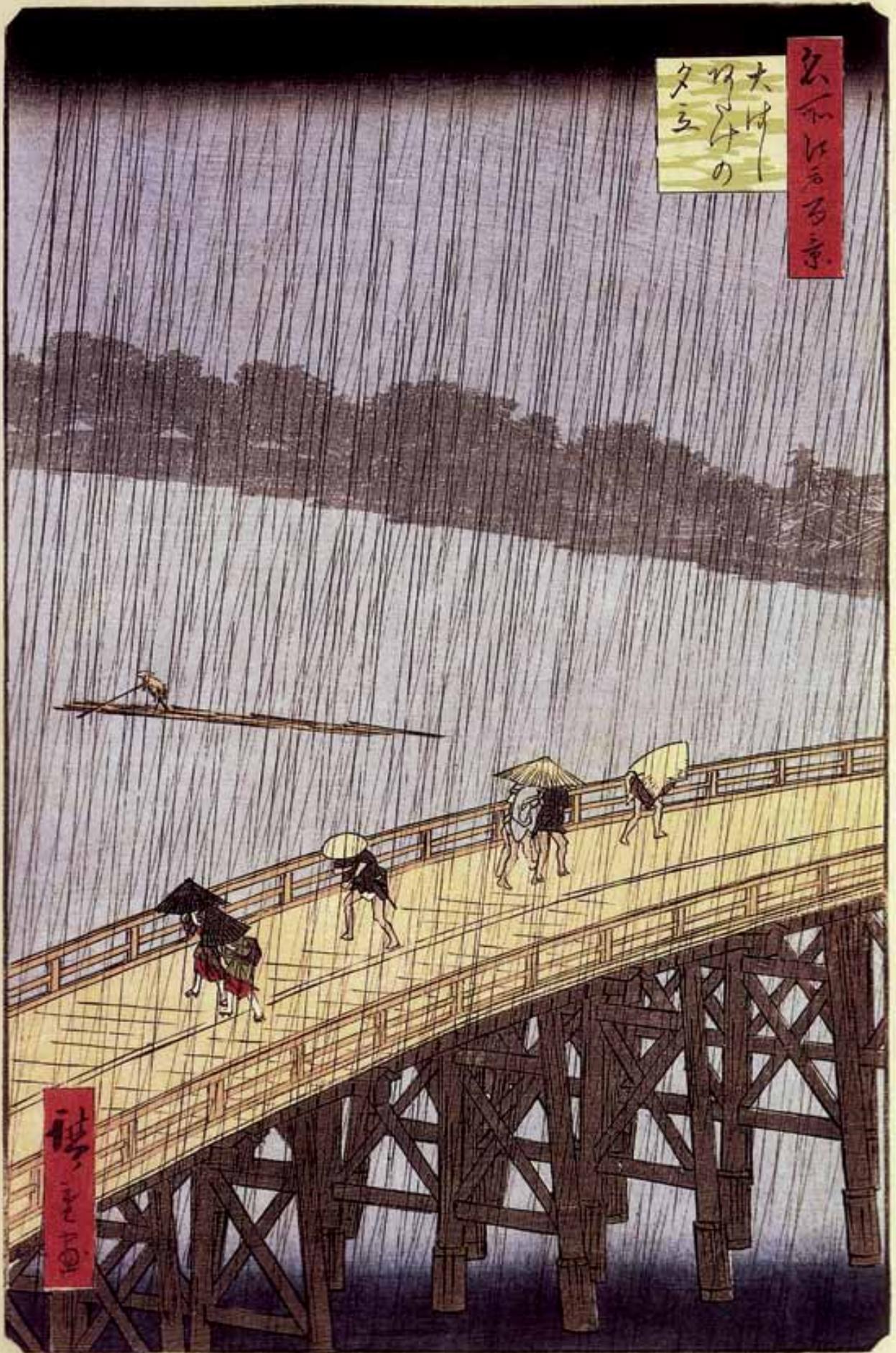
30\_Utagawa Hiroshige, “Puente Ôhashi, chubasco repentino cerca de Atake”, de la serie “100 vistas de lugares famosos de Edo” (1857). >>

<sup>71</sup> Para algunos autores esta cifra se elevaría a 50 nombres distintos a lo largo de su vida (*Hanga. Imágenes del mundo flotante*, p. 165).

<sup>72</sup> Katsushita Hokusai, por entonces septuagenario, completó la serie en tres o cuatro años. Publicada en 1931, por el editor Nishimuraya Eijudo, constaba de 36 estampas perfiladas en azul de Prusia. Debido al gran éxito y buena acogida inicial, Eijudo publicó, tres años más tarde, una segunda edición, bajo el mismo título de “36 vistas del monte Fuji”, incluyendo 10 nuevas estampas, con contornos negros, hasta completar un total de cuarenta y seis imágenes acerca de la montaña sagrada.

大井川の景

大井川の  
夕立の  
景



大井川



más conocida de todas ellas, y a la que pertenece "Gran ola en Kanagawa", posiblemente la imagen más famosa de toda la historia del arte japonés (fig.32). "El dinamismo de la composición pone de relieve el contraste sobrecogedor entre la fragilidad de la vida humana y la fuerza de la naturaleza grandiosa (...) La línea de división entre el mar y el cielo forma el símbolo eterno del *ying* y el *yang*, acentuando así gráficamente la oposición entre las fuerzas oscuras y terrestres por un lado, y las celestes y luminosas por el otro. Esta estam-

pa reviste una dimensión casi religiosa, al conjugar los valores espirituales del budismo, centrados en el carácter efímero de las cosas, con los del sintoísmo, orientados a la omnipotencia de la naturaleza"<sup>73</sup>.

Frente a la armonía y elegancia innatas en las obras de otros grandes artistas como Utamaro, los personajes, paisajes y escenarios de Hokusai se empapaban de los altibajos emocionales de los seres humanos que pintaba. Hokusai se aproximaba a los elementos de la naturaleza



33\_Katsushita Hokusai, "Dragón volando sobre el monte Fuji" (1849).

del mismo modo que aplicaba sus conocimientos acerca de la psicología humana y sus manifestaciones psicosomáticas a los retratos que realizaba. "*Las vibraciones psíquicas en las pinturas de Hokusai, haciéndose eco de los estados emocionales típicos de los seres humanos, están representadas con el mismo poderío expresivo en sus imágenes kachō*"<sup>74</sup>. Ese intento de aproximación a las fuerzas de la naturaleza desde los mecanismos y entresijos de la compleja psique humana, se hacía evidente en las imágenes de temática catas-

trófica y demoníaca en la obra de Hokusai (fig.33). Como se expuso anteriormente, Hokusai no rehuyó ninguno de los temas habituales en el ideario del Ukiyo-e, pero su enfoque directo y realista de este género de imágenes, las alejan por completo de las representaciones idealizadas de otros artistas que venían trabajando con idéntica temática. "El 'Hyaku Monogatari' de Hokusai, sus representaciones de fantasmas (...), está lleno de gritos brutales y ávidos de sangre que nos sobrecogen. Hokusai no es el único que crea estas representaciones, pero su significación se intensifica en sus impresiones por el hecho de que también permite que algunos de estos poderes demoníacos salgan a relucir en otras áreas de sus retratos. Se trata posiblemente del único artista japonés que retrató los poderes destructivos y demoníacos de las fuerzas de la naturaleza de un modo realista y no simbólico"<sup>75</sup> (fig.34-37).

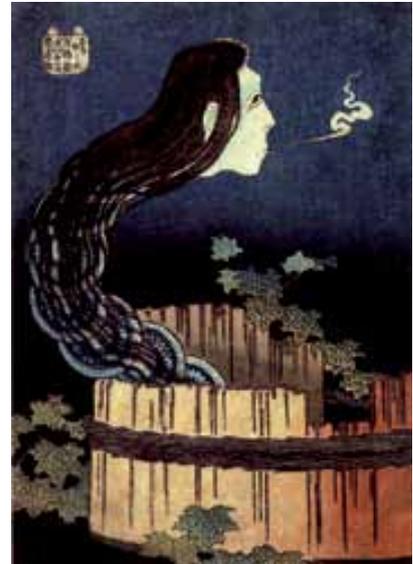
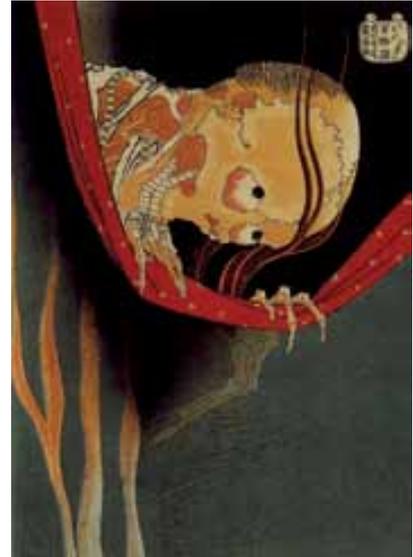
Toda su vida necesitó aprender sin descanso. Estudió técnicas de muchas escuelas y experimento con diversas corrientes, incluso con pintura china y sistemas perspectivos propios de la pintura occidental. Aun tratándose de un maestro, no se centró exclusivamente en el máximo perfeccionamiento de una escuela específica como dicta la disciplina japonesa, sino que desarrolló una gran variedad de técnicas, trabajó muchas ilustraciones a tinta china o grabó personalmente las planchas de madera. Muchas

<sup>73</sup> BOUQUILLARD, Jocelyn. *Hokusai. Treinta y seis vistas del monte Fuji*. p. 14.

<sup>74</sup> CALZA, Gian Carlo. "The Relationship with Nature". *Ukiyo-e*. p. 163.

<sup>75</sup> VON SEIDLITZ, Woldemar y AMSDEN, Dora. Op.cit. p. 123.

de sus innovaciones, nunca vistas en la época, determinaron el gran éxito de sus series de estampas. Entre otras aportaciones, destacó por el uso masivo del color azul de Prusia (*berorin*) en los paisajes, que continuó empleándose con gran éxito en las xilografías realizadas a partir de la década de 1820, y que llegó a utilizar para entintar las finas líneas de la matriz principal, en lugar de la tinta negra habitual. Hokusai fue tan genial como excéntrico. Polifacético, sin limitaciones temáticas, vivió de manera ajetreada y casi siempre en la pobreza. Se casó dos veces, tuvo varios hijos y cambió noventa y tres veces de casa, viajando incesantemente por todo el país. Su influencia artística se debe, también, a la audacia en las perspectivas, la combinación de los colores y el gusto por el detalle, llegando a alcanzar una naturalidad y un realismo asombrosos. En los últimos años de su vida empezó a conocerse coloquialmente con el sobrenombre de *Gakyôrôjin manji* (anciano loco con la pintura), y a pesar de su avanzada edad seguía siendo igualmente prolífico. Diseñó utensilios, maquetas de paisajes en miniatura, panoramas, arquitecturas religiosas e improvisó representaciones artísticas en público, pintó en las calles con paja, sacos y escobas y empleó los instrumentos y materiales más dispares, como huevos, botellas o los propios dedos. Pero sin duda lo que más interesa al presente estudio es su 'Hokusai Manga', una publica-



ción diferente, consistente en libros de pequeño formato, al margen de todo lo que habitualmente se estaba trabajando en la época. En 1812, durante una estada de visita de varios meses en el domicilio de su discípulo Maki Bokusen, Hokusai, a petición de este y del editor Tôshirô Eirakuya, realizó unos trescientos dibujos con tinta china, que más tarde recopiló en un



38 primer tomo. Comenzó a editar estos pequeños libros de dibujos en 1814, y continuaron publicándose hasta 1878, muchos años después de su muerte, completando un total de quince volúmenes. Su "Manga" es una recopilación de pinturas sueltas o ensayos espontáneos a modo de bocetos que realizó a lo largo de su vida (fig.38). Estas publicaciones, que a veces no eran más que pruebas de posturas o escorzos y otras veces tenían una linealidad casi narrativa, se convirtieron muy pronto en un éxito y en un referente para generaciones de nuevos dibujantes

y pintores. Al contrario que sus obras más famosas, realizadas mediante técnicas xilográficas, su manga consiste en simples dibujos, para cuya factura emplea exclusivamente tinta china, y donde la línea y el juego de blanco y negro adquiere un papel de protagonismo absoluto. Esta peculiaridad se constituirá como un remanente en el manga actual, siendo una de sus características más clásicas y reconocibles.

*"Desde que tenía seis años me invadió la manía de dibujar la forma de las cosas. Cuando llegué*

a los cincuenta ya había producido un gran número de dibujos, pero ninguno fue verdaderamente meritorio hasta la edad de setenta años. A los setenta y cinco años por fin he aprendido algo acerca de la auténtico significado de las cosas, de la naturaleza, de los pájaros, los animales, los insectos, los peces, las plantas y los árboles. Por tanto, cuando alcance la edad de ochenta años habré hecho más progresos; a los noventa habré penetrado en el misterio más profundo de las cosas, a los cien habré hecho realmente maravillas y cuando cumpla ciento diez, cada punto, cada línea, poseerá vida propia. Ruego a los que vivan, mientras yo siga ahí, que comprueben si cumplo mi palabra. Escrito a la edad de setenta y cinco años por mí, anteriormente conocido como Hokusai, hoy llamado Gakyōrōjin (el anciano loco por la pintura)”<sup>76</sup>

#### DEL MANGA DE HOKUSAI AL MANGA ACTUAL

El clima de inestabilidad del gobierno, debilitado por las sucesivas revueltas internas, y la masiva presencia de occidentales se transmitió a la propia sociedad, a sus gentes, a sus costumbres y al natural desarrollo del Ukiyo-e. A mediados del siglo XIX las imágenes iban ligadas a las turbulencias ocurridas en todo el país (fig.39).

La Era Tokugawa se había prolongado durante más de doscientos cincuenta años. Su política de aislamiento con el mundo había traído paz y sosiego a la nación, pero a cambio de un severo recorte de libertades y una situación económica y política insostenible. Durante el gobierno de las sucesivas generaciones de Tokugawa se había prohibido la libre circulación de los extranjeros, se había restringido el comercio exterior y se persiguió el cristianismo hasta el exterminio. En esos tres siglos se había vivido bien pero sin novedades del exterior, y el país permanecía al margen de las mejoras tecnológicas y descubrimientos científicos de occidente.

Como se expuso en la introducción del presente estudio, este aislamiento fue roto forzosa-mente en 1854 con el conocido incidente de los ‘Barcos Negros’ (fig.40), seguido de la Revolución de los Patriotas, que sumió al país en una guerra civil que culminó con el derrocamiento del shōgun Yoshinobu Tokugawa (1867) y la Restauración de Meiji (1868-1912). “*El Ukiyo-e allanó el camino a Japón para una relación mutua con otros países, dado que desarrolló en la gente corriente un interés hacia la ciencia y cultura extranjeras (...). Los japoneses deben al Ukiyo-e la expansión gradual de la conciencia internacional que culminó en la revolución de 1868; (...) el germen esotérico de este surgimiento aparentemente espontáneo de la Restauración Meiji debe buscarse en el taller de los*

40 Retrato del Almirante norteamericano Matthew C. Perry (1854).





39\_Kawanabe Kyōsai (firmado Ōju Kyōja), "Gran batalla de ranas" (1864) ©Museo Kawanabe Kyōsai.

*artistas del Ukiyo-e*<sup>77</sup>. El Bakufu, tras el incidente de la bahía de Yokohama, se había mostrado partidario de abrir el país, pero se encontró con la oposición frontal de la resistencia, capitaneada por los clanes de Satsuma y Chōshū, bajo la máxima "*sonnō jōi*" (respeto al Emperador, expulsión a los extranjeros). Paradójicamente, este nuevo período en la Historia Japonesa se caracteriza por el aperturismo total y el masivo desembarco de la cultura occidental. Pero el fenómeno no fue, ni mucho menos, pasivo. Desde Japón se realiza, asimismo, una búsqueda activa de novedades técnicas, políticas, educativas, económicas y artísticas. En 1868 la ciudad de Edo cam-

bió su nombre por el de Tokyo, y en pocos años la nueva capital sufrió una serie de transformaciones que la convirtieron en una metrópoli moderna, equiparable a sus homónimas occidentales. En la década de 1870, Japón cambió de moneda adoptando el yen, se construyó la primera línea de tren entre la estación de Shimbashi, en Tokyo, y el puerto comercial de Yokohama, y lo antiguos palanquines dieron paso a los *rickshaw*<sup>78</sup> (*jinrikisha*) y carros de caballos. La fotografía y técnicas más modernas de impresión se difundieron con rapidez y rotundo éxito, trayendo consigo el colapso del Ukiyo-e. "*El arte del Mundo Flotante y sus estampas eróticas sufrió un drástico cam-*

<sup>76</sup> HOKUSAI, Katsushita; en el prólogo de: *Fugaku Hyakkei* (Cien Vistas al Monte Fuji).

<sup>77</sup> VON SEIDLITZ, Woldemar y AMSDEN, Dora. Op.cit. p. 29.

<sup>78</sup> Los rickshaw (o jinrikisha) son carritos de dos ruedas y tracción humana. Patentado por inventores japoneses, gozó de gran popularidad durante todo el período Meiji por su movilidad y manejo, en detrimento de los coches de caballos, demasiado voluminosos para las estrechas callejuelas de la ciudad antigua.

bio de gustos. En poco tiempo, la elegancia y refinamiento típicos de finales del siglo XVIII dieron paso a la ostentación y opulencia, con figuras voluminosas y ropajes extravagantes de vivos colores<sup>79</sup>. Muchos artistas optaron desde el principio por asimilar la temática y técnicas occidentales, aunque la mayoría se decantó por una transición menos accidentada. Unos siguieron representando los temas habituales del Ukiyo-e, pero con los modernos recursos occidentales, otros optaron por conservar la técnica pero centrarse en el imaginario extranjero. Los menos, fieles a la tradición de siglos pasados, sólo hicieron concesiones a los nuevos pigmentos, argumentando la valía de la técnica.

Esas pinturas, concebidas como un subproducto de consumo masivo, terminarían por tambalear muchos de los dogmas de la pintura europea, llegando como envoltorios de las porcelanas y otros bienes importados de Japón. Aunque tradicionalmente se tiende a pensar que las estampas Ukiyo-e y, en consecuencia, todo el imaginario del mundo flotante llegó a Europa a mediados del siglo XIX, ya se habían dado a conocer un siglo antes<sup>80</sup> de su segundo desembarco en Occidente; si bien es cierto que alcanzaron una gran popularidad a partir de la década de 1850. La historia del Ukiyo-e continuó en Occidente a través del impresionismo y primeras vanguardias en los comienzos de la pintura moderna. Van Gogh, Gauguin, Manet, Degas, Toulouse-Lau-

trec, Schiele, Alfons Mucha o Klimt son algunos de los artistas que hallaron en estas ilustraciones una verdadera revelación. Las imágenes de artistas como Utamaro, Harunobu o Hokusai se mostraban como un referente para las nuevas inquietudes modernas alejadas de la tradición: *“el arabesco en lugar del volumen, la superficie pictórica autónoma en lugar del espacio ilusionista, el valor del punto y la línea, el color y el ritmo, en lugar del valor representativo (...) o la sensibilidad para reproducir los sentimientos expresivos en lugar de la imitación de la naturaleza. Los pintores europeos de la vanguardia encontraron aquello que tanto les preocupaba en una expresión artística madura representada por las cromoxilografías japonesas que aparecieron en Europa”*<sup>81</sup>.

El japonismo se extiende rápidamente por Europa, amparado por el éxito de las Exposiciones Universales en Viena (1873) y París (1878 y 1889). Junto a éstas, el coleccionismo privado y el éxito de publicaciones exclusivas como *Le Japon Artistique* (1888) se constituyen como nuevas vías de impulso. En esos años Japón parece ser la respuesta a casi todas las preguntas e inquietudes de los artistas, y frente a la crisis del arte europeo, el Ukiyo-e aporta su visión singular, su colorido y sus formas, y su énfasis en lo cotidiano, lo simple, lo material. “Artistas como Monet o Rivière, grandes coleccionistas de estampas ukiyo-e, adoptaron de los paisajistas japoneses el pro-

<sup>79</sup> CALZA, Gian Carlo. Op.cit. p. 241.

<sup>80</sup> Ibid. p. 8.

<sup>81</sup> ZACHARIAS, Thomas. Op.cit. p. 30.

<sup>82</sup> BOUQUILLARD, Jocelyn. Op.cit. p. 9.

cedimiento de la serie en torno a un tema escogido, reinterpretando el mismo motivo bajo cielos cambiantes y ángulos variados, para captar el instante presente y restituir la impresión de un momento fugitivo”<sup>82</sup>.

Van Gogh llega a afirmar en una de sus cartas que *“si se estudia el arte japonés se ve a un hombre, indiscutiblemente sabio, filósofo e inteligente que pasa su tiempo ¿en qué? ¿en estudiar la distancia de la Tierra a la Luna? No; ¿en estudiar la política de Bismark? No; estudia una sola brizna de hierba. Pero esa brizna de hierba lo lleva a dibujar todas las plantas; luego las estaciones, los grandes aspectos del paisaje, en fin, los animales, después la figura humana. Pasa así su vida, y la vida es muy corta para hacerlo todo. Veamos, ¿no es casi una verdadera religión lo que nos enseñan estos japoneses tan simples, y que viven en la naturaleza como si ellos mismos fueran flores?”*<sup>83</sup>.

Frente a la tenebrosa tradición de los siglos anteriores las sencillas estampas niponas gustaban por su mirada a la intimidad y su singular empleo del color. “A través de sus obras, los maestros japoneses del Mundo Flotante fueron capaces de establecer una intensa y profunda relación con artistas de todo el mundo, pero especialmente aquellos que, en Francia, se unieron para liberar a la pintura de los grilletes de las normas estéticas imperantes y la mentalidad positivista”<sup>84</sup>. Su influencia se produjo a

múltiples niveles, en la aparición de nuevas técnicas – como la técnica de la línea blanca, tan del gusto de los expresionistas alemanes, o el grabado a contra-veta – el empleo masivo del color y la renovación de los formatos (alargados, biombos o en abanico). El *Hokusai Manga* revolucionó los puntos de vista asumidos tradicionalmente en las escuelas clásicas europeas con sus escorzos, sus miradas forzadas o sus perspectivas a vista de pájaro.

“En este contexto, la estética japonesa supone la llegada a Europa de una serie de novedades que afectarán profundamente al arte. Pero, sorprendentemente, los principios estéticos de Japón no penetraron en Europa a través del arte clásico japonés, sino precisamente a través de un género menospreciado en Japón como la xilografía; un arte que en su país de origen sólo comenzó a valorarse a partir de su éxito europeo”<sup>85</sup>. Hasta cierto punto resulta curioso que finalmente fuese el Ukiyo-e, un arte inicialmente sin grandes pretensiones, por y para el pueblo, el que hoy se señala como cúspide de la historia del arte japonés. De un modo similar, el manga contemporáneo, nacido sin más aspiración que la de entretener a la juventud japonesa, se exportó al extranjero, y a pesar de su enorme especificidad nacional alcanzó un gran éxito entre el lector occidental. Ahora, tras décadas siendo considerado como un divertimento pasajero, son muchas las voces de economis-

<sup>83</sup> VAN GOGH. *Cartas a Theo*. p. 271.

<sup>84</sup> CALZA, Gian Carlo. Op.cit. p. 8.

<sup>85</sup> FERNÁNDEZ DEL CAMPO, Eva. “Nuevas Fuentes de Inspiración para el Arte de Vanguardia”. *Hanga: Imágenes del mundo flotante*. p. 63.

tas y críticos nipones - dentro del propio Japón - que reivindican su importante papel económico y su trascendencia como factor de comunicación cultural en el resto del mundo, al tiempo que ensalzan su valía artística.

Este sentimiento se confirma al descubrir que muchos de los roles que se asumen hoy como intrínsecamente japoneses no se han manifestado a través de su literatura, su cine de imagen real o su arquitectura, sino a través del cómic manga; un medio de consumo masivo, de fabricación barata y mal acabado, que se puede adquirir en una gran variedad de establecimientos por un precio irrisorio, que trata una infinidad de géneros alcanzando a todos los estratos de la población, y que, a menudo, se desprecia con igual facilidad. *"Hoy en día, su esplendor, su rareza y su precio a veces exorbitante contribuyen a que las estampas japonesas se consideren obras de arte. Sin embargo, en la época Edo no eran más que un pasatiempo agradable que se tiraban una vez contempladas"* <sup>86</sup>.

#### EL MANGA: ACERCA DE LO ANTIGUO Y LO NUEVO

*"El manga surgió de la amalgama entre Oriente y Occidente, del encuentro entre lo antiguo y lo nuevo (...) Negar este hecho implica reescribir la Historia"* <sup>87</sup>. Esta afirmación va a servir como punto de partida para trazar

un recorrido desde el legado del Ukiyo-e, asumido tradicionalmente como el máximo exponente artístico en Japón, y realizar una aproximación a la que, por méritos propios, se ha erigido como la primera manifestación cultural nipona: el manga. *"Tomaron las bases del cómic americano, sus sinergias entre ilustración, marco-viñeta y bocadillos y, añadiendo su característico amor por el arte popular con doble función estética y de entretenimiento, las 'japonizaron' para convertirlas en un vehículo narrativo con características distintivas propias."* <sup>88</sup>

El cómic, entendido en su faceta contemporánea y al margen de remanentes históricos, nace en el siglo XIX amparado por el progresivo auge del periodismo en Estados Unidos y Europa. Japón no tarda en emular a todos estos países en su renovado afán por alcanzar los niveles de desarrollo técnico y de bienestar social occidentales, y a mediados de ese siglo aparecen las primeras tiras cómicas vinculadas a los emergentes diarios japoneses. El manga surge de un cóctel entre esos primeros intentos gráficos y la particular idiosincrasia japonesa, en la que siempre está presente la capacidad de "innovar", pero sin olvidar las aportaciones de su tradición; *"de hecho, puede que el manga (...) nunca hubiera llegado a existir si la dilatada herencia cultural japonesa no se hubiese visto interrumpida por la influencia de los dibujos animados, caricaturas, tiras cómicas de los*



41

42



<sup>86</sup> KOYAMA-RICHARD, Brigitte. Op.cit. p. 38.

<sup>87</sup> GRAVETT, Paul. *Manga: La Era del Nuevo Cómic*. p. 18.

<sup>88</sup> Ibid. p. 10



43 *periódicos y cómics producidos en EEUU (...); según reza un lema del siglo XIX, fue cuestión de “wakon yōsai” – espíritu japonés y aprendizaje occidental*<sup>89</sup>.

El nacimiento del manga moderno se produce con la aparición de las primeras publicaciones de prensa, como la revista mensual Japan Punch (fig.41) en 1862 – de carácter marcadamente satírico y que toma el nombre de su

homónima británica – o el semanario Toba-e, creado en 1887 por el ciudadano francés Georges Bigot (fig.42). Bigot (1860-1927), artista y entusiasta de la cultura japonesa, viajó por primera vez a Japón en 1882, donde residió durante veinte años y contrajo matrimonio con una japonesa. Maestro de dibujo en la Escuela Militar de Tokyo y corresponsal de la guerra sinojaponesa de 1894 para el diario londinense The Graphic, siempre se mostró muy crítico con la progresiva occidentalización del Japón de Era Meiji, como puso de manifiesto en numerosas ilustraciones satíricas en la revista Toba-e (fig.43). Desencantado con las transformaciones sufridas por el país, abandonó definitivamente Japón en 1899. La revista Japan Punch, dirigida inicialmente a la comunidad extranjera de Yokohama, fue fundada por el caricaturista y dibujante inglés Charles Wirgman (1832-1891), que había llegado a Japón un año antes como corresponsal de prensa del Illustrated London News. Ambas publicaciones estaban destinadas originalmente al público extranjero afincado en Japón, pero desde el primer momento influyeron profundamente en los jóvenes artistas nipones. Las caricaturas y tiras cómicas aparecidas en Japan Punch alcanzaron tal popularidad que muy pronto todas las ilustraciones satíricopolíticas pasaron a denominarse “Ponchi-e”<sup>90</sup>, en honor a la afamada revista (fig.44).

El primer periódico japonés, fundado en Nagasaki en 1861,

<sup>89</sup> Ibid. p. 18.

<sup>90</sup> La revista Japan Punch fue fundada por el inglés Charles Wirgman en Yokohama en 1862. Debido a las peculiaridades fonéticas del idioma japonés la pronunciación de “Japan Punch” es muy similar a lo que nosotros leeríamos como “yapan ponchi”, de ahí el nombre de ponchi-e, que literalmente significa “imágenes Punch”.



fue el Nagasaki Shipping List and Advisor, publicado en lengua inglesa y con periodicidad bisemanal. Un año después, el Kanpan Batavia Shinbun editado por el *Bakufu*, fue la primera publicación oficial escrita en japonés con carácter periódico. En 1870 apareció el primer gran diario japonés moderno, el Yokohama Mainichi Shinbun<sup>91</sup>, y en los años siguientes, y a medida que aumentaban las publicaciones, se generalizó la presencia de estas tiras humorísticas en todos los periódicos. En aquellos momentos, el manga a menudo suplía a la fotografía de prensa, pero los primeros *koma-manga*<sup>92</sup> ya definían episodios cerrados, apuntando a una verdadera narración. En los primeros años de la prensa japonesa, convivieron publicaciones modernas, como el Yokohama Mainichi Shinbun antes referido, o el Tokyo Nichinichi Shinbun, fundado en 1872, con otras publicaciones ilustra-

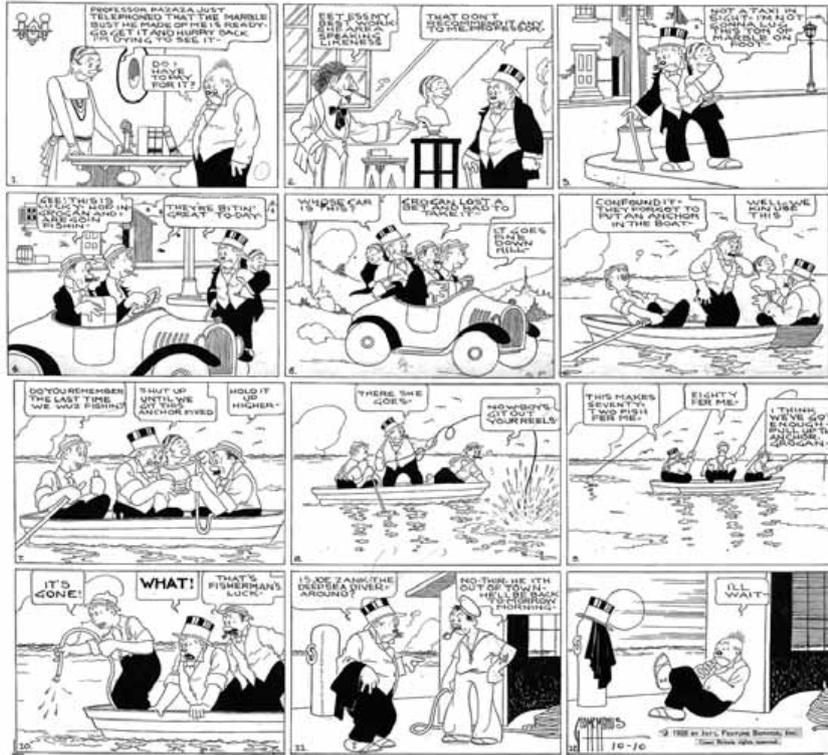
das basadas en las técnicas xilográficas tradicionales que fueron desapareciendo progresivamente en favor de las primeras, como el Shinbun Nishikie (1874), una gaceta que recogía las noticias y eventos más importantes acontecidos en los meses pasados, y en la que se combinaban imágenes polícromas con pequeños textos explicativos.

Rakuten Kitazawa (1876-1955) es considerado el primer dibujante japonés de cómic moderno. Con la intención de diferenciarse del Ponchi-e, Kitazawa recupera el término "Manga" para designar a sus tiras cómicas - 'comic strips' y 'cartoons' - de contenido humorístico e irónico. Si bien es cierto que otros autores – como Kinkichirô Honda – también habían publicado sus comic strips en esas mismas fechas, el principal mérito de Kitazawa radica en crear, en 1901, la primera serie de historietas con personajes fi-

<sup>91</sup> Literalmente "Periódico de Yokohama de todos los días".

<sup>92</sup> Koma significa recuadro. Los Koma-manga son tiras cómicas de carácter irónico o grotesco, casi siempre estructuradas en cuatro viñetas.





47

jos (fig.45), *Tagosaku to Mokubé no Tôkyô Kenbutsu* (El viaje a Tokio de Tagosaku y Mokubé). El joven Kitazawa, cuyo nombre real (Yasuji) cambió por el seudónimo artístico "Rakuten" - que significa "cielo radiante" - fue en sus inicios un pintor de formación clásica, heredero de las escuelas tradicionales de Ukiyoe. Durante los primeros años de su carrera trabajó con diferentes editores y caricaturistas occidentales en publicaciones como el semanario de Yokohama Box of Curios, o la revista Jiji Shinpô, fundada por el intelectual japonés Yukichi Fukuzawa. Inspirado por el gran éxito de la gaceta Kokkei Shinbun, y sus series coleccionables de tarjetas postales ilustradas, el propio Kitazawa fundó una publicación a ima-

gen de las revistas extranjeras en 1905, la Tôkyô Puck (fig.46), a la que seguirían nuevos semanarios como Rakuten Puck y Katei Puck en 1912, o la revista infantil Kodomo no tomo (1914). En 1942 fue el fundador y primer presidente de la Asociación de Mangas de Japón (Nihon Manga Hôkôkai).

Durante las dos primeras décadas del siglo XX se produjo la llegada de series cómicas procedentes de Estados Unidos, como *Bringing up Father* (George McManus; fig.47), *Mutt & Jeff* (Bud Fisher), *Polly and her Pals* (Cliff Sterrett) o *Felix the Cat* (Pat Sullivan), ejerciendo una gran influencia sobre los dibujantes japoneses. Ippei Okamoto (1886-1948), contemporáneo de

46





48



50

Kitazawa y gran admirador de los ilustradores americanos, publica la primera narración larga en manga, *Hito no Isshō* ("Vida de un hombre"), en el Asahi Shinbun en 1921.

Aunque al principio el manga estaba limitado a la faceta satírico-

política en los periódicos, pronto se diversificó hacia nuevos temas y otros públicos. En 1914 la poderosa editorial Kodansha funda la que será decana de todas las publicaciones infantiles y juveniles, la Shōnen Club, que junto a algunas historietas manga incluía juegos, relatos escritos y secciones educativas, y a la que años más tarde se le unirían la Shōjo Club (1923) – para chicas – y la Yōnen Club (1926) para niños pequeños.

El manga para niños tuvo su primer gran éxito en 1923 con *Shōchan no Bōken* ("Las aventuras de Shō-chan"), creadas por Katsuishi Kabashima para el diario Asahi Graph, y con similitudes formales y narrativas al *Tintín* de Hergé, o a *Yellow Kid* (fig.48), de Richard F. Outcault, considerada la primera historieta dibujada con bocadillos en EEUU. El manga narra las aventuras de Shō-chan y su fiel mascota – una ardilla – en su recorrido por lugares fantásticos y exóticos (fig.49). La publicación estuvo acompañada por la exitosa comercialización de su propio *merchandising*, un pequeño muñeco del protagonista y de su gorra de felpa.

En esa misma época comenzaron las desventuras de *Nonki na Tōsan* ("Papá optimista") de Asō Yutaka (fig.50), en el periódico Hōchi Shinbun (1924). Este manga, en formato de tiras cómicas, estaba destinado a un público adulto y narraba las epopeyas diarias de un hombre corriente y su familia, con claras reminiscencias a los family

31 サイゴニ トシデキタ オホテ  
ンダノクビヲ ハラヒソコモテ



29 ソレヲ キツカケニ クビハ  
ツブテノヤウニ タクサント  
ンデタル



32 ヒダリノカタサキニ ガブリト  
バカリ カミツカレタ



30 正子ヤンハ チカラノ カギリ  
ミギニヒダリニ タタキ ワツ  
ツガ



35 正子ヤンハ カタノイタデニ  
タヘカネテ メガクラム



33 キジヤウブナ 正子ヤンハミ  
ギノゲンコデ ガイント ナゾ  
ツタ



36 ソノトキ トツゼン モリノオ  
クガ キンイロニ ヒカッタ



34 テンゲノアタマハ スイクワノ  
ヤウニ ニツニ ワレタ





大郎「いたづらに命を取るのには好まぬけれども、僕の油断を狙つて不意討ちは卑怯未練である、不憫ながらも返り討だ」  
 七十七  
 太郎は繪の如く鮮かなる腕前を極めました

51

strips americanos y en especial a *Bringing up Father* de George McManus, que había empezado a publicarse en el diario Asahi Graph apenas un año antes. *Nonki na Tôsan* alcanzó un sonoro éxito y rápidamente se rodeó de *merchandising* llegando incluso a contar con una adaptación cinematográfica y radiofónica. Sus historietas se prolongaron hasta 1950 y trajeron consigo una fiebre por los *katei-manga* – manga de ambiente familiar y costumbrista – que triunfaron en los años siguientes.

También de los años veinte son *Dango Kushiuke Manyû* (“Crónicas del viaje de Dango Kushiuke”), de Shigeo Miyao (fig.51) – que narra las aventuras de un samurái en el período Edo y cuyo nombre aludía a unas típicas bolitas dulces de pasta de arroz – y una nueva obra de Rakuten Kitazawa, *Tonda Haneko*, que podría considerarse como uno de los precursores del manga para chicas (fig.52).

52



A diferencia de los primeros años, estas nuevas publicaciones se parecían cada vez más al cómic americano. Ya no se empleaba el pincel, sino la plumilla, el texto se insertaba casi exclusivamente en bocadillos y la estructura en viñetas era muy rígida, con igual tamaño y de férreo

sentido de lectura, sin ninguna función narrativa intrínseca sino de mero soporte. Sin embargo, el manga como medio ya apuntaba hacia alguna de sus características más reconocibles, como la metódica clasificación en géneros y grupos de interés. Se podría pensar que esta faceta no es exclusiva del manga sino común al cómic en general, pero, como se analizará en detalle más adelante, el manga destaca por definir categorías cerradas para públicos tremendamente específicos, pero suficientes, al mismo tiempo, como para satisfacer la potencial demanda de cualquier espectro de la sociedad japonesa, independientemente de su sexo, profesión o edad. Así, a comienzos del siglo XX, ya existían una incipiente variedad de manga para diferentes edades<sup>93</sup> y de temáticas selectivas.<sup>94</sup>

En los años treinta y hasta los prolegómenos de la II Guerra Mundial, la industria del manga experimentó un desarrollo espectacular. El manga infantil conoció un aluvión de novedades editoriales tan grande que llegó incluso a superar en número a las publicaciones homónimas americanas. Destacan *Norakurô* (“El descarriado negro”), de Suihō Tagawa para *Shōnen Club* (1931), que narra las andanzas de un perro alistado en el Ejército Imperial japonés, y que se publicó durante diez años hasta su cierre forzoso (fig.53); *Tanku Tankurô* (1934), creado por Gajō Sakamoto (1895-1973) y publicado en *Yōnen Club*, precursor del manga de ciencia-

<sup>93</sup> Yōnen o kodomo-manga (niños pequeños), Shōnen (para chicos) y Shōjo (chicas).

<sup>94</sup> Kaitai-manga, de ambiente familiar-costumbrista, y Yon-koma-manga, tiras diarias a modo de los comic strips americanos.



53



54



55

ficción y entrañable antepasado de los robots transformables y del legendario género mecha, que protegido por un caparazón del cual sacaba todo tipo de artilugios se enfrentaba a sus enemigos (fig.54); y *Bôken Dankichi* ("Dankichi el aventurero" fig.55), de Keizo Shimada (1933) que traslada la acción a una isla a la que llega Daikichi, un niño japonés. En los periódicos continuaron publicándose tiras cómicas, tan afines en su temática y morfología que terminaron por constituir una categoría de cómic propia, conocidas como *Yonkoma-manga*, entre las que destacaron las tiras de *Fuku-chan* (1936), creado por Ryuichi Yokoyama y protagonizada por "un precoz infante de cinco años"<sup>95</sup>, prolongándose durante más de tres décadas (fig.56). Sabiendo que se trata de una publicación de mediados del siglo pasado, sorprenden tanto las similitudes

argumentales como formales con una publicación contemporánea titulada *Crayon Shin-chan* ("Shin-chan"), que tras muchos años publicándose en Japón triunfó en los últimos años en el mercado televisivo español y europeo con una adaptación animada. Al igual que *Fuku-chan*, *Crayon Shin-chan* narra las peripicias de un precoz infante de cinco años. Salvando las diferencias obvias, este ejemplo es válido para ilustrar las constantes que caracterizan el género *yon-koma-manga*, ya presentes en *Fuku-chan* y que todavía se identifican en cualquier tira ilustrada de Shin-chan. Principalmente se caracteriza por describir el ambiente cotidiano, familiar y costumbrista, en el que se ubican las narraciones (enlazando, asimismo, con el *kaitei-manga*), el carácter paródico-social de sus episodios y por el hecho de que estos sean autoconclu-



56

<sup>95</sup> MOLINÉ, Alfons. Op.cit. p. 19.

<sup>96</sup> KOYAMA-RICHARD, Brigitte. Op.cit. p. 122.



57\_Yoshito Usui (1958-2009), "Crayon Shinchan" (1992-2009).

sivos. A esto se suma la férrea estructura, distribuida en cuatro u ocho viñetas, de igual tamaño y sin valor narrativo real, y el - a menudo - pobre valor dibujístico, que lo acerca a la tradición de la tira periodística (fig.57).

Algunos autores se habían significado con trabajos y opiniones

de corte antibelicista y contra la progresiva militarización de la sociedad japonesa, y ya desde comienzos de los años treinta fueron prohibidos. El resto de publicaciones siguieron un camino parecido con el estallido de la II Guerra Mundial. "(...) *La tolerancia duró poco y el gobierno, mediante la nueva ley, intentó retomar el control absoluto de la prensa, que fue amordazada. Se castigó severamente a quienes intentaron infringirla*"<sup>96</sup>. Primero las restricciones por culpa de la maquinaria y la carestía de papel, y luego la censura, provocaron el cierre o suspensión de todas las publicaciones de la época. El poder político echó mano del manga y transformó un pasatiempo cotidiano en un medio de propaganda bélica, centrado en la mofa y demonización de los países enemigos (fig.58).

Tras la Guerra el país se esforzó por recuperarse de los enormes daños sufridos a todos los niveles; personales, económicos, sociales. La moral colectiva del país estaba hundida, sabiéndose derrotados y conviviendo con el, hasta ahora, enemigo. Medio planeta estaba en ruinas y la Industria del Manga no era una excepción. Pero también es cierto que, como en muchos otros lugares, el divertimento y la evasión eran más necesarios que nunca "para olvidar el doloroso pasado inmediato"<sup>97</sup>. En el Japón de posguerra aparecerían tres elementos importantísimos para la recuperación del manga y su difusión: los kamishibai<sup>98</sup>, los kashibon y Osamu Tezuka.

<sup>97</sup> Ibid. p.19

<sup>98</sup> 紙芝居



59

## LOS KAMISHIBAI

Los kamishibai surgieron a principios de siglo, pero, curiosamente, alcanzaron su mayor éxito y difusión en esta década de los cuarenta, probablemente impulsados por su carácter popular y su dimensión callejera. Básicamente presentaban una narración en viñetas aisladas, pintadas a mano sobre lienzos, que se iban sucediendo a medida que avanzaba el relato del presentador. Al desarrollarse en la calle, conseguían agrupar a un buen número de gente a su alrededor (fig.59-60). Hoy en día quedan muy pocos narradores profesionales; la llegada de la televisión en 1953 y la generalización de las publicaciones de

manga provocaron su casi total desaparición.

Al igual que otras manifestaciones gráficas tradicionales de Japón, el kamishibai, que literalmente significa “drama de papel”, es una forma de narrar historias cuyos primitivos orígenes se sitúan en los rollos *emaki* de los templos budistas del siglo XII, y que evoluciona posteriormente a raíz de los espectáculos callejeros de títeres y marionetas y *utsushie*. En el teatro de papel kamishibai, el intérprete acompaña la narración de ilustraciones pintadas sobre gruesas láminas de papel exhibidas a la audiencia de forma secuencial a medida que la historia progresa. “*El manga y el anime hunden sus raíces en el kamishibai o teatro*

<sup>99</sup> MINAKAWA, Yuka; en: CAREY, Peter. *Equivocado sobre Japón: El Viaje de un Padre y su Hijo*. p. 129-131.

<sup>100</sup> En el desarrollo posterior del *Utsushie* se encuentra el origen de la animación, refinando el proceso y deslizando rápidamente dos tablas de cristal. El celeberrimo viajero, fotógrafo y cineasta americano Burton Holmes (1870-1958) perfeccionó el sistema que había observado en sus numerosos viajes, y que le reportó mucho éxito en su visita a Japón a finales del siglo XIX. Entre sus principales aportaciones está el trabajar con tablas de cristal coloreadas y dibujadas.



60

*de papel, una antigua tradición de narración visual. El kamishibai es esencialmente japonés. No guarda ninguna relación con Occidente. (...)En esencia el kamishibai son películas sobre papel*<sup>99</sup>.

Su evolución desde el período Edo, a menudo pareja a la del propio manga, se truncó a mediados de los años 50 con la llegada de la televisión y la masiva diversificación del cómic nipón. A mediados del período Edo, durante la Era Kyoho (1716-1736), se produjo un levantamiento parcial del embargo de libros occidentales, mayoritariamente traducidos al chino, a excepción de aquellos susceptibles de ser considerados apología o propaganda del cristianismo. Junto a

ello se produjo la llegada desde Holanda y posterior difusión de una nueva herramienta de entretenimiento, que se popularizó en ferias y festejos, y que consistía en una pequeña caja que permitía ver a través de diferentes agujeros un sencillo espectáculo de marionetas. Medio siglo después, en la Era Kyowa (1789-1803), tuvo lugar un segundo acontecimiento determinante para la generalización del kamishibai: la invención del *utsushie*<sup>100</sup>, consistente en una lámpara de aceite colocada en el interior de una pequeña caja de madera llamada *furo*, que proyecta luz sobre una lámina de cristal que, a su vez, genera imágenes y figuras sobre una hoja de papel de morera. Este instrumento de divertimento continuó



58 Ilustración del presidente Estadounidense Roosevelt del dibujante Hidezō Kondō, en la portada de la revista "Manga" (1943).

empleándose hasta mediados del la Era Meiji (1868-1912), donde la llegada de las nuevas películas procedentes de Occidente precipitó el declive y desaparición del *Utsushie*.

A raíz de este decaimiento de interés por parte del público, los artistas responsables de estos espectáculos perdieron sus empleos. Uno de aquellos artistas principiantes, que posteriormente se convertiría, en 1902, en uno de los pioneros del Kamishibai fue "Shin-san", discípulo del conocido *rakugoka*<sup>101</sup> Sanyutei Encho (1839 - 1900). Unos años antes, Rakuten Kitazawa ya había revitalizado el término manga y publicado sus primeras series narrativas bajo esta denominación en periódicos y revistas, pero el manga aún distaba mucho de la concepción que, como medio, se tiene actualmente, y que necesitaría de la llegada de Osamu Tezuka para su renovación formal y temática.

Inicialmente, Shin-san intentó vivir de la venta de sus pinturas y xilografías en tiendas de caramelos y chucherías para niños. Al poco tiempo, observó, sorprendido, como estos recortaban las figuras y las pegaban en sencillas varas de bambú, y se dispuso a imitarlos, a fin de representar un show *tachie* (pinturas de pie) junto con un maestro del teatro llamado Maruyama Zentarō. La audiencia asistente al espectáculo criticó duramente la escenificación del joven Shin-san, y puesto que no se trataba de una representación *utsushie*

al uso, se refirieron despectivamente a ella como Kamishibai: teatro de papel. Para sorpresa de Shin-san, y si bien los adultos no parecían estar demasiado interesados en este nuevo tipo de espectáculo, fue muy del agrado del público infantil, que se convirtió en un público entregado y fiel. No obstante, al contrario que los monólogos del *Rakugo*, que se interpretaban en un teatro, el kamishibai se popularizó como una actividad exclusivamente callejera, y las representaciones se realizaban en las esquinas de los callejones.

Desde mediados del período Meiji (1868-1912) y hasta el período Taishō (1912-1926) se generalizaron las representaciones de *tachi-e* (pinturas de pie) en detrimento del teatro *Utsushie*. En el *tachi-e* se utilizaban papeles fijados sobre diferentes utensilios, como palitos de bambú o *uchiwas* (abanicos japoneses), con dos posturas de la misma figura, situada una en cada lado. El intérprete hacía que estas se desplazasen sobre un fondo negro y, cambiando rápidamente con el giro del *uchiwa* entre las dos posturas de la misma figura, generaba la sensación de movimiento. Entre los principales atractivos de esta nueva manifestación teatral estaba el hecho de poder representarse a plena luz, frente al *Utsushie*, que necesitaba de oscuridad para su puesta en escena.

En las representaciones *tachi-e* cada vez intervenía un mayor número de figuras de personajes,

lo que aumentaba notablemente la dificultad de su manejo, pero al mismo tiempo las dotaba de un mayor virtuosismo y vistosidad. Los narradores utilizaban diferentes trucos y secretos para generar las ilusiones de multitud o movimiento, como situar las figuras en fila y usar un espejo para reflejarlas. Las escenas resultaban cada vez más emocionantes y las historias más complejas y elaboradas. Los chiquillos esperaban ansiosos cada representación para ver cómo continuaba o concluía cada aventura. Tuvo un gran éxito entre el público callejero de las ciudades y se popularizó muy rápidamente.

Los intérpretes, tras cada función, vendían caramelos a los niños que habían asistido a las mismas, lo que a la postre resultó ser un fructífero negocio, que empujó, aun más, al desarrollo y divulgación de estos pequeños teatros de papel. No obstante, los tenderos, furiosos por el notable descenso de ventas de caramelos y dulces a los niños, en beneficio de las representaciones callejeras y puestos ambulantes de los artistas del *tachi-e*, consiguen persuadir a las autoridades y policía para regular su funcionamiento, bajo el pretexto de que resultaban perniciosos para la educación de los más pequeños. Esta nueva situación propició un descenso considerable de los actores del *tachi-e* en la década de 1920.

Pocos años después de la finalización del período Taisho fue prohibida la representación de

*tachi-e*, lo que motivó, por otra banda, el nacimiento del kamishibai en una forma y términos muy parecidos a como se conoce hoy en día. Hasta entonces, los narradores de *tachi-e* se reciclaban como simples lectores de libros e historias sin actuación teatral. No obstante, tres importantes narradores de la época: Takahashi Seizo, Goto Tokizo y Tanaka Jiro, proponen ilustrar las historias que cuentan, dando un paso más allá que sus contemporáneos y recuperando la faceta más escenográfica del *tachi-e*, prohibido hasta entonces. Para ello proponen reclutar artistas e ilustradores, intentando atraerlos por medio de anuncios publicados en la prensa. Tan sólo una persona responde a estos: Nagamatsu Takeo, un pintor de estampas en la zona de Asakusa, en Tokyo, y vendedor ambulante de caramelos.

La audaz iniciativa de estos cuatro intérpretes alcanzó su madurez en 1930 cuando Nagamatsu Takeo se instaló en Shimoya, en el distrito de Ueno en Tokio, y fabricó distintas láminas de dibujos destinados a las primeras historias narradas, inicialmente recogidas bajo la denominación de Ebanashi (historias ilustradas). La primera aventura para kamishibai nace en abril de 1930 con el título de *Moho no goten* (Palacio Mágico) escrita por Goto e ilustrada por Nagamatsu.

Los actores construían teatrillos de madera sobre la parte trasera de sus bicicletas y viajaban a los diferentes barrios reuniendo chicos que escucharan sus relatos

<sup>101</sup> Rakugoka es el monologuista de Rakugo. rakugo es un espectáculo de humor consistente en un cómico que, sentado, recita un monólogo - generalmente una historia larga y complicada - de carácter humorístico. Sentado en la posición seiza - respetuosa, de rodillas - y con la ayuda de un papel, un pañuelo y sirviéndose de su pericia y dotes teatrales (modulaciones, tono énfasis) narra la historia, mientras permanece sentado en medio del público, y reproduce, en ocasiones, diálogos entre dos o más personajes.

(fig.61). El intérprete, conocido como gaito kamishibaiya, golpeaba dos pedazos de madera llamados *hyoshigi* para anunciar su llegada a las diferentes villas (fig.62). El teatrillo contenía diez o más láminas de ilustraciones que el actor revelaba en secuencia mientras relataba su cuento. Eran historias trepidantes, rápidas como películas. Para poder ver bien los dibujos, los niños debían comprar golosinas, pudiendo sentarse en las primeras filas, lo que proveía al actor de sus ingresos. El kamishibai se volvió enormemente popular en las primeras décadas del período Showa (1926-1989), tomando un papel central en la vida cultural de los niños, en una época en la que estaban disponibles pocas formas de entretenimiento.

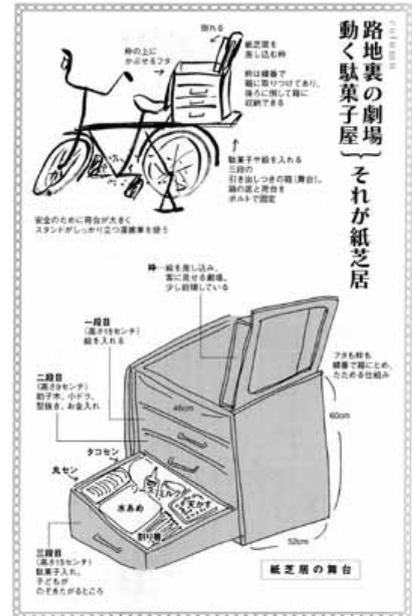
En otoño de 1930 nace el que, probablemente, es el personaje más famoso de todos los kabishibai de la historia: *Ogon Bat*<sup>102</sup>, un guerrero heroico, a pesar de su aspecto siniestro, que lucha contra el mal (fig.63). Nacido en un medio tan humilde como el kamishibai, terminó por convertirse en un personaje de cómic manga y, en las décadas de posguerra, sus aventuras fueron adaptadas como serie de animación para la televisión<sup>103</sup>. *Ogon Bat* nace como némesis del malvado personaje *Kuro Bat* ("El Murciélago Negro"), creado por Takahashi y Goto, caracterizado por su capa negra y por tener una calavera blanca en lugar de cabeza, e inspirado, a su vez, en un célebre ladrón

francés conocido como Jigoma. Sus creadores pensaron, rápidamente, que el tenebroso protagonista de la historia, que representaba a las fuerzas del mal, era demasiado poderoso, por lo cual decidieron crear a su vez un nuevo rival, aun más fuerte, que representase la justicia frente al personaje inicial.

*Ogon Bat* gozó de un enorme éxito comercial y se convirtió uno de los héroes más queridos y entrañables para los niños japoneses en las primeras décadas del siglo XX. Ante la gran demanda del público, rápidamente surgieron nuevos guiones de la mano de Suzuki Ichiro y Nagamatsu, donde se mostraban las posibilidades de una sociedad del futuro. Clausurado en los albores de la II Guerra Mundial, resurgió nuevamente a partir de los años de posguerra.

Los primeros intentos de servirse del kamishibai con fines didácticos están ligados a la labor educativa de diferentes misioneros y religiosos que, afincados en Japón, trataban de formar a los niños residentes en sus comunidades en la doctrina cristiana. Entre pioneros, la educadora más significativa, por trascendencia e impacto, fue Imai Yone. Licenciada en teología en la Universidad de California, a su regreso a Japón fundó en Honjo (Tokyo) una escuela dominical para enseñar oraciones y salmos a los muchachos.

Un domingo de 1933, Imai Yone observa como, en el curso de



61



62

<sup>102</sup> Literalmente "El murciélago Dorado", conocido en España con el sobrenombre de Fantasmagórico o Fantomas.

<sup>103</sup> Producido en 1967 y 1968 por Tele-Cartoon Japan, constó de 52 capítulos a color de treinta minutos de duración cada uno.

<sup>104</sup> Hoy *Tokyo National University of Fine Arts & Music*.

una clase, los niños salen del aula corriendo a gran velocidad ante el reclamo de un artista callejero de kamishibai. Ansiosa por descubrir qué era aquello que atraía su atención, sale tras ellos para observar con sorpresa como los pequeños se quedan absortos ante las historias de los kamishibai. Tras esto, crea un total de dieciocho historias de kamishibai para uso misionero. En un primer momento, escribió varios guiones y contrató los servicios de un artista profesional para ilustrar unos dibujos económicos y sencillos, que ella se encargaba de colorear personalmente. Al poco tiempo y tras el éxito cosechado, volvió a encargarle nuevas ilustraciones para sus historias, pero esta vez a todo color y al doble del tamaño habitual, con unas dimensiones que las aproximaban a las empleadas en la actualidad.

Imai Yone fue la primera en emplear, a gran escala, el teatro de papel con una finalidad eminentemente didáctica y educativa, revelando el potencial del kamishibai - en un primer momento - y posteriormente del manga para la transmisión de valores y la enseñanza de diferentes temas y materias. Hoy en día el manga se emplea como herramienta para el estudio en un gran número de colegios japoneses. En nuestros días, no obstante, el kamishibai ha perdido la importancia didáctica de antaño frente a otros medios, y su uso se limita mayoritariamente a las guarderías y cursos de edades más cortas, con bastante éxito.

La primera vez que se utilizó con misión educativa en edad de guardería fue gracias a Takahashi Gozan (Kyoto, 1888), licenciado en el Departamento de Diseño de la Escuela de Bellas Artes de Tokyo<sup>104</sup>, inicialmente a través de una empresa de publicaciones infantiles para pasar a fundar, posteriormente, su propia empresa - Zenkosha - destinada a la publicación de kamishibai. En 1935 editó con éxito las primeras historias, consistentes en diez volúmenes para guarderías. Hoy en día aún son muchos los japoneses que recuerdan aquellos primeros kamishibai de su infancia.

Inicialmente muchos profesores e intelectuales se mostraron en contra del uso del kamishibai como herramienta educativa, pero Takahashi, consciente de las inmensas posibilidades que este ofrecía, trataba de argumentar su valía y razonar el porque de su éxito. Para Takahashi, si bien era cierto que algunos narradores tradicionales tentaban a los niños con historias de violencia y caramelos, no se debían obviar las virtudes intrínsecas al medio: la fuerza de los cuentos y la cercanía del narrador. Según esto, el papel del profesor-narrador vendría definido no sólo por su capacidad para contar aquellas historias, sino también para captar la atención de aquel público tan exigente, al tiempo que manejaba a los niños evitando peleas, enfrentamientos, chismorreos y charlas innecesarias.



En febrero de 1936 se funda la Sociedad Japonesa de Kamishibai, principalmente como plataforma contra la inclusión de imágenes grotescas, sexuales o violentas en algunas de las historias. Formada mayoritariamente por profesores y escritores de libros infantiles, aspiraban a fomentar la lectura y la escritura entre los niños, así como para potenciar el pensamiento crítico entre los más pequeños. La faceta artística y lúdica del kamishibai, junto al atractivo de sus historias y la cercanía respecto al público determinaron el éxito arrollador durante las primeras décadas del siglo XX.

Por desgracia, en los albores de la II Guerra Mundial y con Japón inmerso en una política expansionista cada vez más dura y radical, los kamishibai no tardaron en convertirse en instrumentos de propaganda pro-gubernamental. El detonante definitivo fue la guerra chino-japonesa iniciada en julio de 1937. Un año más tarde, la Sociedad Japonesa de Kamishibai cambia de Nombre por el de Sociedad de Kamishibai Educativo de Japón (JEKS), y propugnan abiertamente una política ultranacionalista y un ideario imperialista a favor de la guerra. Asimismo, bajo régimen militar, los artistas callejeros de kamishibai son asimilados dentro de la estructura educativa gubernamental. En marzo de 1938 la policía metropolitana de Tokyo promulga un nuevo reglamento para los actores, que les obliga a leer exactamente el contenido escrito en el reverso de las hojas de ilustraciones, y

les prohíbe improvisar o contestar libremente a las preguntas del público asistente.

En 1940 la JEKS se alía con la Japan Education Motion Picture Company, creada por un periódico de gran tirada nacional y de enfoque belicista. Frente a los 2000 ejemplares de kamishibai que circulaban habitualmente por aquella época, pasan a ser decenas de miles, mayoritariamente en manos de la Organización Militar Nacional, que los adquiere en grandes lotes para distribuir por todo el país. Los planes de expansión crecen rápidamente y muy pronto se centran en un mercado emergente de kamishibai en Corea, Taiwan y Manchuria.

En Diciembre de 1944 da comienzo la guerra del Pacífico. La asociación que había nacido con la intención de promover la no violencia pasó a convertirse en un instrumento más del gobierno, de talante pro-belicista. Hasta el final de la Guerra, niños y adultos fueron obligados a ver representaciones colectivas de kamishibai en sus barrios y comunidades. Todos los medios de comunicación del país, por pequeños o humildes que pudiesen parecer, pasaron a estar bajo el control del gobierno. “Con el comienzo de la Segunda Guerra Mundial, los relatos tomaron un tono nacionalista que pretendía avivar las llamas del patriotismo pro-guerra. Con títulos tales como ‘Madre de Marte’ y ‘Tsume Moji’, muchas de estas historias enaltecían las virtudes de un estado militarista y describían los

horrores de la guerra con intenciones claras de elevar el espíritu de batalla del pueblo”<sup>105</sup>.

La II Guerra Mundial termina en 1945 tras el lanzamiento de sendas bombas atómicas en las urbes de Hiroshima y Nagasaki por parte del ejército estadounidense. Los efectos de por sí devastadores de este ataque se ven acrecentados por los numerosos bombardeos realizados contra las principales poblaciones niponas en los meses previos a la capitulación. Las ciudades han sido arrasadas y las industrias destruidas. A la falta de alimentos y otros bienes de primera necesidad se suma la pérdida del espíritu colectivo nacional. En esta época de incertidumbre el kamishibai se manifiesta como un divertimento pasajero para levantar el ánimo. Las políticas nacionalistas defendidas en los años anteriores se abandonan en favor de un nuevo sentimiento de identidad democrática. Bajo la batuta del Gobierno de Ocupación Estadounidense se inicia una campaña en favor de los valores democráticos y contra la dictadura imperial. El pueblo japonés, acostumbrado a recibir ordenes durante siglos bajo férreo control de los sucesivos gobiernos, no tarde demasiado en acatar las nuevas directrices.

En marzo de 1948 se funda la “Democratic Kamishibai Artist Group”, que con un posicionamiento igualmente radical y próximo en las formas al exhibido en décadas anteriores, propugna ahora un movimiento

pro-demócrata. El kamishibai sigue siendo un instrumento de propaganda, pero ahora defiendo los valores de los antiguos enemigos. Muchos de los artistas se dedican a aprovechar y reciclar los viejos trabajos y pinturas, y únicamente cambian los antiguos símbolos presentes en las imágenes para readaptarlos, modificando la narración de la historia, al nuevo mensaje.

Los kamishibai callejeros eran una de las pocas diversiones para los niños en los años de posguerra. En 1946, Kata Koji produce de nuevo *Ogon Bat*, escribiendo historias inéditas y pintando nuevas ilustraciones. En esta época el héroe de años anteriores regresa, con una nueva trama y personajes, dispuesto a salvar el mundo<sup>106</sup> una vez más. *Ogon Bat* adquiere una enorme popularidad, mayor, si cabe, a la de los años de pre-guerra, a lo que contribuye el lanzamiento de sus historias en formato Manga y la distribución de una serie animada para televisión. Su formidable éxito supone un segundo renacer para el kamishibai. Los niños corren de nuevo a ver y escuchar las historias y aventuras de sus héroes favoritos, bajo el reclamo sonoro de los hyoshigi de los narradores, que empiezan a desplazarse con sus dibujos y cajas de madera en bicicletas, perpetuando y asociando para siempre esa imagen al mundo del kamishibai (fig.64).

No obstante, en ese mismo año, los GHQ (General Headquarters of the Allied Forces) censuraron

<sup>105</sup> SUZUKI, Suzu. *The Japan Journal*. vol. 3, nº 7. Noviembre 2006.

<sup>106</sup> En el Instituto de Investigación de la Montañas Yamanashi, el Dr. Shinohara crea el “rayo de Energía”, una poderosa arma capaz de vencer a cualquier enemigo. Su colega el Dr. Nazo, un malvado ex-nazi, secuestra a la hija del primero y se apodera del Rayo de Energía en su afán por conquistar el mundo. La única esperanza es Ogon Bat.

un gran número de kamishibai, prohibiendo cualquier escena con demasiada violencia, sangre o lucha, o que ensalzase la lealtad hacia el Emperador o al antiguo espíritu Nacional. Incluso figuras como *Ogon Bat* sufrieron las limitaciones de estas regulaciones. La imagen del personaje no satisface plenamente a los censores del GHQ, y sus creadores deciden sustituir la calavera por el rostro dorado de Buda y una larga melena ondulada. *Ogon Bat* también debuta en revistas infantiles, en las historias del dibujante Nagamatsu Tateo, aunque su personaje usa un gran sombrero y se parece más a un caballero medieval europeo (fig.65).

La situación cambia ligeramente a finales de 1949. Entra en vigor una nueva regulación, propia de cada Prefectura japonesa, muy alejada de la normativa impuesta inicialmente por la GHQ o la censura del gobierno pre-guerra, que, si bien prohíbe el uso de determinados elementos violentos o la presencia de proclamas nacionalistas, no trata de imponer ningún ideario. No obstante, sí se implantan unos nuevos condicionantes éticos y se instauran seminarios formativos y pruebas, a modo de exámenes, para poder obtener una licencia como narrador de kamishibai.

Esta mayor laxitud en el código de censura permitió, no obstante, que unos pocos comerciantes obtuviesen mayores beneficios atrayendo a un mayor público con imágenes grotescas y narra-



ciones polémicas. Por ese motivo, en enero de 1951 se creó la “Comisión Administrativa del Código Ético del Kamishibai”, cuya mayor resolución se materializó en la prohibición de 20 artículos, entre los que se encontraban cuestiones polémicas como el apoyo nacionalista, un discurso pro-belicista, ridiculizar religiones, la inclusión de escenas de gran violencia, etc. A pesar de esto, la limitada capacidad de actuación de la comisión propició que muchos de los trabajos no se supervisasen; además, muchos productores de kamishibai evitaban pasar por los mecanismos legales para eludir el pago de tasas o para continuar empleando escenas eróticas o grotescas durante las actuaciones, por la mayor afluencia de público a este tipo de representaciones.

Al igual que ocurrirá con el Manga, en los años siguientes el kamishibai callejero empieza a diversificar sus historias para



66-68

65



adaptarse a diferentes públicos, y muy pronto los narradores comienzan a representar diferentes programas atendiendo al público al que van dirigidos (fig.66-68). Estos se distribuyen en cuatro tipos de historias, dependiendo si están enfocadas a niños pequeños (manga), chicos (katsugeki-mono), chicas (shimpa) o adultos (kaiki-mono), estos últimos con historias más violentas y de contenido picante. Una representación podía constar de tres historias dirigidas a niños y chicos/as, que se enlazaban uno tras otro. A menudo, se iniciaba el programa con la representación dirigida a los más pequeños, para que se relajasen y se sintiesen más cómodos. Los principales temas que se trataban no diferían demasiado de los que se estaban utilizando en el manga de aquella época: a los niños pequeños iban dirigidas las historias fantásticas y de héroes, a menudo seriadas y con

personajes que volvían a aparecer en varias ocasiones, pero siendo cada narración autoconclusiva. Los kamishibai de chicos trataban historias contemporáneas o de carácter histórico, con un tinte moralista y donde el bien siempre prevalecía frente al mal. Las representaciones para chicas solían centrarse en tragedias de familias de su época, casi siempre resaltando el rol protagonista de una joven heroína y sus desventuras.

“Subsecuentemente, el kamishibai luchó contra regulaciones onerosas, pero logró mantenerse popular, llegando a su apogeo en 1952, sin duda ayudado por el hecho de que como empresa casi no requería capital, siendo una línea de trabajo que los soldados recién desempleados podían seguir inmediatamente como medio para ganar su pan de cada día. En sus mejores momentos, el kamishibai era repre-

sentado por unas 50.000 personas a lo largo y ancho de Japón, incluyendo unas 3.000 personas trabajando en Tokio”<sup>107</sup>.

78

En 1953 comienza la emisión televisiva de la NHK, y a mediados de esa década el declive del kamishibai es palpable. “*Para 1960 quedaban sólo unos 300 actores trabajando en Tokio, y los números nacionales habían caído dramáticamente a alrededor de una décima de su mejor momento*”<sup>108</sup>. En ese mismo año la cadena realiza su primera emisión en color y un año después son ya 10 millones de espectadores en todo el país. En 1964 y amparada por el éxito de las Olimpiadas de Tokyo la cadena llega al 83% de la población japonesa. Dos años después debutan dos serie de animación de los autores Fujio Fumiko (*Obake-no Q-Taro*) y Ukatsuka Fujio (*Osomatsu-kun*), con un enorme éxito de audiencia. Esta era de desarrollo precipita el fin del kamishibai callejero, relegado, en nuestros días, a otros entornos, como guarderías infantiles, clubes de comedia y escenificaciones culturales tradicionales.

Muchos de los artistas del teatrillo de papel se reconvierten a dibujantes de manga. *Ogon Bat*, símbolo de los años dorados del kamishibai callejero, continúa la pauta descrita por los narradores de historias y se transforma en una aventura de manga de la mano de Nagamatsu Takeo, acumulando un gran éxito entre el público infantil. Los personajes fantasmagóricos e historias

de terror de Shigeru Mizuki, o las crónicas de samuráis de Sanpei Shirato, surgidas en los teatros de papel callejeros, también terminaron por trasladarse al papel en forma de publicaciones manga. El kamishibai queda relegado a un recuerdo de un tiempo pretérito, incapaz de adaptarse a los profundos cambios sociales y tecnológicos de las década de 1960, contrastando con la plena madurez del manga, alcanzada en esos años.

#### OSAMU TEZUKA O EL PUNTO DE INFLEXIÓN

En la década de 1940 y primeros años de despegue del kamishibai y publicaciones manga, también aparecieron otros soportes curiosos, como los yokabon, pequeños libros manga vendidos en jugueterías, y los *akahon* o “libros rojos”, originarios de la ciudad de Osaka, que eran distribuidos por vendedores callejeros y se distinguían por su peculiar impresión con tinta de color rojo (fig.69).

Los *kashibon*, cuyo nombre significa “libro de alquiler”, eran bibliotecas ambulantes surgidas también en Osaka frente a la escasez de Manga, que rápidamente se extendieron a todo el país. Por aquel entonces los tomos de manga eran raros y bastante caros, y este método permitía distribuir nuevos productos – bien tomos, bien revistas – entre los aficionados. Al igual que

69





70 ocurrió con los *kamishibai*, la multiplicación del manga comercial y su drástica reducción de precio propiciaron su casi total desaparición en la década de los sesenta.

A la variedad de soportes de los años cuarenta se suma una diversificación de géneros y temáticas de interés. Triunfaba el *koma-manga* – tradicional – entre los adultos, como las geniales tiras de *Sazae-san* (1946), de Machiko Hasegawa (1920-1992), editadas originalmente por el diario *Yūkan Fukunichi*, y desde 1949 hasta 1974 en el *Asahi Shinbun* (fig.70). Las publicaciones infantiles se hacían eco de las nuevas tendencias y muy pronto empezaron a aparecer manga de temática deportiva o de ciencia-ficción, en detrimento de las figuras de samuráis y ninjas, temas históricos y deportes de combate japoneses, prohibidos inicialmente por parte de las autoridades de ocupación por temor a un resurgir patriótico y “a que sirvieran para incentivar el espíritu combativo de los japoneses y sus valores de obediencia y sacrificio basados en el bushido”<sup>109</sup>; el baseball, en cambio, se promovió como símbolo del ‘American Way of Life’.

A pesar de la diversificación de géneros y temáticas y la incipiente demanda de cómics por parte de un público adulto, el manga todavía se consideraba mayoritariamente un medio de entretenimiento para el sector infantil. Sin embargo, la creciente popularidad de las librerías *kas-hibon*, generó un gran interés entre los estudiantes universitarios y los jóvenes trabajadores de las ciudades, que en su mayoría habían sido lectores de manga durante su niñez. Los editores de libros rojos, conscientes de este

<sup>107</sup> SUZUKI, Suzu. Op.cit.

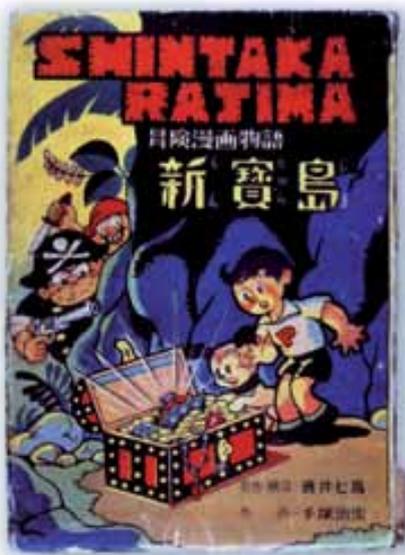
<sup>108</sup> Ibid.

<sup>109</sup> KOYAMA-RICHARD, Brigitte. Op.cit. p. 133.



nuevo filón comercial, reaccionaron ante la creciente demanda comercializando un nuevo tipo de publicaciones, denominadas *kurai-manga* (manga oscuro), con un formato de superior tamaño que las publicaciones infantiles y de mayor extensión, en sintonía con el desarrollo de historias más largas propias del manga narrativo.

Estas novedades temáticas también acarrearón un cambio en la concepción formal que tradicionalmente se tenía de los manga. “La acción por la acción pasa a ser el centro de interés”<sup>110</sup>; al sentido de lectura vertical, tradicional de las secuencias, se le añade el horizontal, y el dinamismo de la estructura dentro de la página se reafirma frente a la rígida retícula de viñetas. La página adquiere dimensión compositiva como una totalidad, y comienza a experimentarse con los límites de las imágenes y su tamaño. En este contexto aparece Osamu



Tezuka (1928-1989; fig.71) e inicia una etapa de renovación formal que transformará el manga para siempre.

72 - 73

Osamu Tezuka es un mito. Entre los aficionados más radicales, a menudo propensos a la exageración, se le honra como a una divinidad, y ya en vida se le conocía con el título de “Dios del Manga”<sup>111</sup>. Hoy por hoy se le reverencia como uno de los dibujantes más influyentes y uno de los personajes más importantes de la historia contemporánea de Japón. Mangaka, Doctor en medicina, entomólogo aficionado<sup>112</sup> y gran músico, se han escrito cientos de libros y reportajes acerca de su persona. De lo que no hay duda, pasiones aparte, es de que fue un creador genial que revolucionó el manga y el anime, e influyó en varias generaciones de dibujantes de cómic japonés, estableciendo, por méritos propios, un punto de inflexión en la Historia del Manga; de tal modo

71



<sup>110</sup> BERNDT, Jacqueline. *El Fenómeno Manga*. p.52

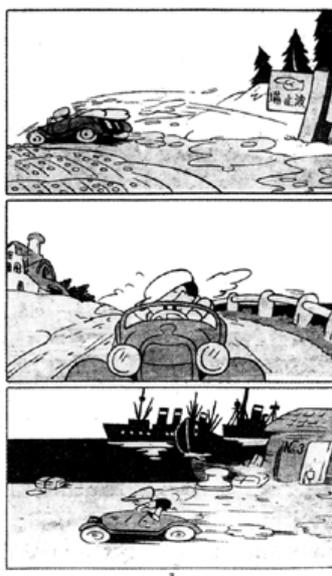
<sup>111</sup> Entre los aficionados se generalizó el título de “Dios del Manga” refiriéndose a Osamu Tezuka. En realidad, y como se verá más adelante, Tezuka, que sin duda hizo grandes aportaciones al manga moderno, tiene a menudo tantos fans como acérrimos detractores.

<sup>112</sup> Tezuka siempre fue un entomólogo entusiasta y amante de los insectos. En su niñez, cambió uno de los ideogramas kanji que componen su nombre para, sin variar la pronunciación del mismo, incluir el concepto “insecto”. Desde entonces firmó todos los trabajos escolares con su nuevo sobrenombre, y que continuó utilizando en su actividad como dibujante de manga.

<sup>113</sup> GRAVETT, Paul. *Op.cit.* p. 24.

<sup>114</sup> KOYAMA-RICHARD, Brigitte. *Op.cit.* p. 147.

<sup>115</sup> En 1946 publicó unas *Mâ-chan no Nikkichō* (“El Diario de Mâ-chan”), en el *Mainichi Shōgakusei Shinbun*, unas historietas en formato koma-manga.



74 que hoy podemos hablar de un antes y un después de Tezuka. “Una explicación para entender el porqué de la popularidad de los cómics en Japón es, precisamente, que Japón tuvo a Osamu Tezuka, mientras que otros países no lo tuvieron. Sin el Dr. Tezuka, la explosión de cómics en el Japón de la posguerra habría sido inconcebible”<sup>113</sup>.

Durante su niñez fue un coleccionista entusiasta de cómic manga. “En aquella época el manga no se consideraba como un libro, sino como un pasatiempo (...) y nadie cuestionaba su influencia en los jóvenes”<sup>114</sup>. Tezuka fue un estudiante ejemplar y un alumno brillante, apasionado por la ciencia y sus aplicaciones, y al igual que otros grandes maestros del cómic, un dibujante precoz. Siendo aun un adolescente se dedicó a pintar ilustraciones para los teatrillos *kamishibai*, y cuando apenas había alcanzado la mayoría de edad ya había pu-

blicado unas viñetas de temática infantil en el periódico Ōsaka Mainichi Shokokumin Shinbun, bajo el título *Mâchan no Nikkichô* (“El diario de Mâ-chan”, 1946; fig.72).

En 1947, el por entonces desconocido Tezuka presenta su nueva obra titulada *Shin Takarajima* (“La Nueva Isla del Tesoro”; fig.73). Se trata de su primera obra larga<sup>115</sup>, un *akabon* de doscientas páginas<sup>116</sup> y se venden cientos de miles de ejemplares. Frente a otras publicaciones vistas anteriormente, *Shin Takarajima* deslumbra por su acción trepidante, su ritmo, dinamismo y puesta en escena (fig.74). Hasta entonces los dibujantes planificaban la obra desde un punto de vista escenográfico, y situaban a los personajes como si se tratase de un escenario, representándolos íntegramente, de pies a cabeza. Su concepción está más próxima a la de un story-board que a la de un *koma*-

<sup>113</sup> En 1946, el veterano dibujante de manga Shinichi Sakai le propuso a un joven Tezuka, que por entonces frecuentaba un club de mangakas en Osaka del que Sakai era miembro, ilustrar un guión con título *Shin Takarajima* para la editorial Ikkuei Shupan. La obra inicial de Tezuka, que había guionizado de nuevo la mayor parte, constaba de 250 páginas y un final distinto a la versión que más tarde vería la luz en abril de 1947. Sakai, mentor de Osamu Tezuka en los primeros años, no estaba conforme con algunos elementos del guión ni con la longitud de la historia, fijada inicialmente en 190 páginas por la Editorial, por lo que recortó numerosas viñetas, retocó dibujos y cambió algunos diálogos. A comienzos de la década de 1980, la editorial Kodansha decidió incluir *Shin Takarajima* en la ambiciosa antología de 300 volúmenes con las obras completas de Tezuka que estaba publicando, y que no había sido reeditada en muchas décadas. Tezuka, no conforme con la versión censurada de 1947 y habiéndose perdido los originales, redibujó por completo la obra a partir de un *akabon* de las primeras ediciones, incluyendo nuevas escenas fieles a la historia que tenía proyectada originalmente.

*manga* de las décadas anteriores; y no es de extrañar, teniendo en cuenta la enorme influencia que el cine, animación y cómic americanos habían ejercido en Osamu Tezuka. “*Absolutamente innovador en el plano formal, (...) Shin Takarajima acentúa el desglose analítico de la acción, con una ‘escenificación’ dinámica e inédita que influye en el ritmo de la lectura y la longitud del relato*”<sup>117</sup>. Las técnicas cinemáticas habían sido empleadas por artistas occidentales desde el siglo XIX, y en la década de 1930 formaban parte del lenguaje habitual de cómics y películas norteamericanas, pero en Japón eran mayoritariamente desconocidas.

Siempre admitió su admiración por la animación y cine americanos. Durante su niñez y adolescencia el cine constituía uno de sus principales pasatiempos<sup>118</sup>. En los años de posguerra, la proyección de los grandes títulos de Hollywood que habían sido censurados durante el conflicto por las autoridades militares japonesas no sólo construía un entretenimiento barato para la población en ausencia de la televisión, sino que transformó radicalmente la visión que Tezuka tenía del cómic. Los ojos enormes de sus personajes, con pupilas igualmente grandes y brillantes, tienen sus raíces en las ilustraciones y diseños de Fleischer y Walt Disney. Al mismo tiempo, los ojos grandes y vibrantes, así como el vestuario y la escenografía de sus obras, estaban profundamente influenciados por las representaciones teatra-

les de Takarazuka. Durante su infancia visitaba con asiduidad el teatro de mujeres de Takarazuka, varias de cuyas actrices eran íntimas amigas de su madre. Los vivaces ojos de estas, magnificados por el maquillaje y la iluminación escénica eran un recurso teatral empleado para proyectar emociones que Tezuka trasladó magistralmente a los personajes de manga. Esta manera de representar los ojos se convirtió en un rasgo distintivo de su obra y fue adoptado por la mayoría de los jóvenes autores que le sucedieron en las décadas siguientes hasta el punto de constituirse como una de las características más reconocibles de la estética manga para el público occidental hoy en día. Aunque muchos autores se alejan por completo de este estereotipo y otros lo emplean con diversas significaciones lejos del mensaje original de Tezuka, para la inmensa mayoría de los aficionados ‘manga’ es sinónimo de “ojos grandes”. “*Shin Takarajima* supone ante todo la primera manifestación de un estilo narrativo gráfico que Tezuka desarrolló y terminó por imponer a la industria del manga a mediados de la década de 1950”<sup>119</sup>.

Dejando de lado la faceta mítica, los méritos de Osamu Tezuka se centran fundamentalmente en tres aportaciones apreciables en cualquiera de sus historias: la superación del didactismo del manga infantil, el concepto de “narración coherente” y la introducción del “método cinematográfico”<sup>120</sup>. Hasta ahora, siempre

<sup>117</sup> KOYAMA-RICHARD, Brigitte. Op.cit. p. 148.

<sup>118</sup> En algún momento de su vida, Tezuka llegó a afirmar que vio un mínimo de una película cada día de su vida.

<sup>119</sup> Ibid. p. 148.

<sup>120</sup> Aquí nos referimos a las aportaciones de Tezuka según la categorización que Jacqueline Berndt establece en: *El fenómeno Manga*. p. 45.

se había pretendido que las historietas destinadas a un público infantil tuviesen una finalidad didáctica o un mensaje moralizante. No es que las obras de Tezuka carezcan de estas máximas, pero no son el objetivo único y fundamental de la narración. Él introduce, por primera vez, los conceptos de lo divertido y lo emocionante, y lo que es más importante: lo divertido y emocionante por que sí, sin servir a otro fin más allá de lo puramente lúdico. Además, en las obras de Tezuka se supera la limitación espacial establecida en la tradición del koma-manga y la férrea estructura de cuatro viñetas que la caracterizaba, dando cabida a esa “narración coherente”, apoyada en la acción continua.

Pero quizás la característica más reconocible en sus historias es el empleo del “método cinematográfico” antes referido. La mayoría de los estudios apuntan a Tezuka como pionero en el empleo de esta metodología, pero en los últimos años han aparecido algunos críticos que cuestionan la originalidad de su propuesta alegando que antes de la publicación de *Shin Takarajima* ya se empleaban algunos de los recursos atribuidos a Tezuka y que su obra, en términos generales, resulta bastante conservadora<sup>121</sup>. Independientemente de estas valoraciones, se puede afirmar que Tezuka generalizó el empleo del lenguaje cinematográfico aplicado al manga y que estas innovaciones van siempre unidas a su imaginario personal. *Shin Takarajima* destaca por su

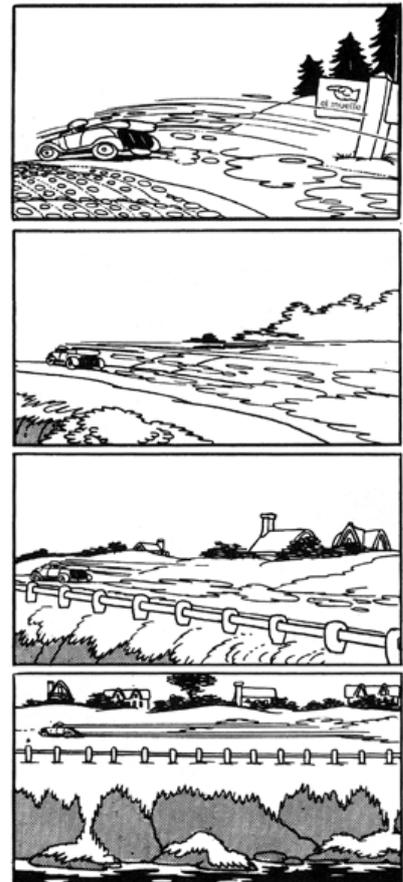
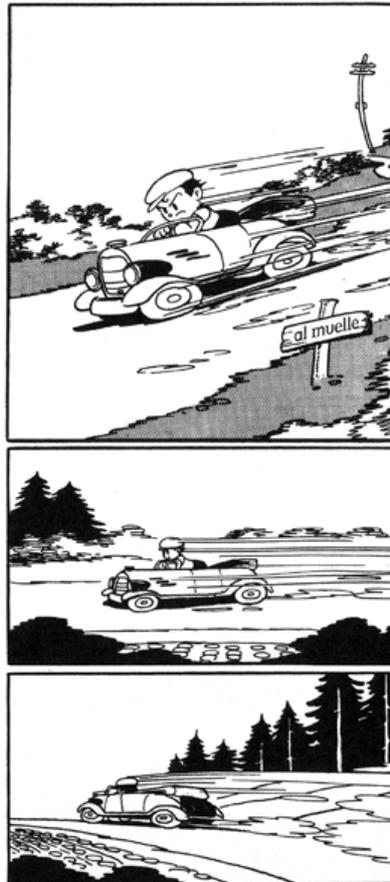
ritmo trepidante, con sus constantes cambios de perspectiva y tamaño de los encuadres (fig.77). Comparada con otras obras de esos mismos años, la narración de Tezuka define una transición entre el manga estático y el dinámico, un paso de gigante entre la “concentración pictórica sobre el encuadre aislado”<sup>122</sup> y los fotogramas cinematográficos. “El uso progresivo de estos procedimientos (variación de la escala de los planos, ángulos y puntos de vista, etcétera) y su dibujo carismático harán del estilo de Tezuka un modelo a imitar con el paso de los años”<sup>123</sup>.

Muchas de las constantes del manga de Osamu Tezuka lo aproximaban más al formato story-board que a las obras de otros autores contemporáneos. Cada acción suele ocupar más de dos viñetas y muchas veces se descompone en fotogramas, estableciendo una narración más visual, más cinética, que asociativa. Tezuka fuerza al lector a involucrarse en la acción, sin posibilidad de anticiparse a los acontecimientos o ver más que los personajes de la misma obra, sino lo mismo que ellos. A veces el lector incluso visualiza lo que está sucediendo con un ligero retardo respecto a los protagonistas de la acción, al mostrarnos lo que previamente había llamado la atención del personaje. Teniendo esto presente, y al contrario de lo que sucedía con los manga de años anteriores, muy influenciados por el cómic americano de principios del siglo XX y con gran

<sup>121</sup> Algunos críticos alegan que los primeros planos y las variaciones de perspectiva ya se utilizaban antes de 1945, y que la obra de Tezuka, sobretudo al compararla con otras historias de los años 60, resulta conservadora en su puesta en página y composición, con el dominio de la división en tres niveles y el dibujo de figuras de cuerpo entero. En cambio, Jacqueline Berndt (“El fenómeno manga”; pag.48) parece apoyar, ligeramente, la originalidad del maestro, amparándose en las opiniones de Osamu Takeuchi, crítico especialista en Tezuka.

<sup>122</sup> BERNDT, Jacqueline. Op.cit. p. 48.

<sup>123</sup> KOYAMA-RICHARD, Brigitte. Op.cit. p. 148.



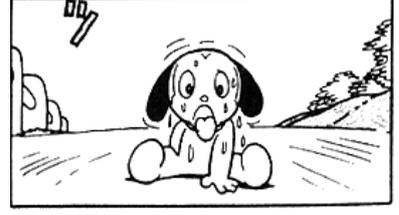
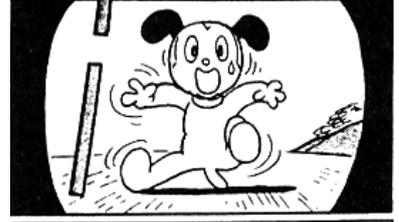
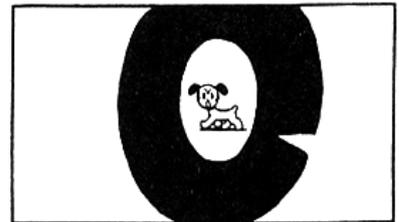
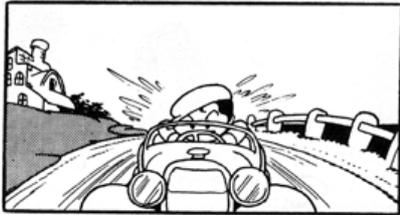
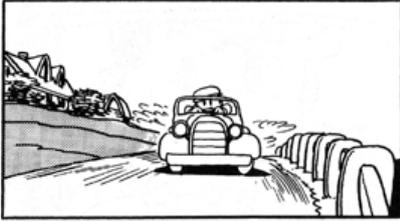
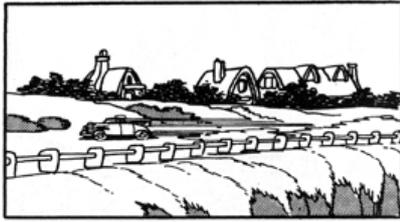
presencia del texto, Tezuka narra con las imágenes, sin palabras; hasta el punto que en *Shin Takarajima* la mitad de las viñetas de la obra no contienen texto de ningún tipo (fig.75). "Tezuka alteraba constantemente el punto de vista del espectador, imitando los desplazamientos de una cámara, para generar la sensación de movimiento y para articular la acción de los personajes a lo largo de toda la historia. (...) Los trazos que transmiten el efecto de movimiento, las distorsiones del dibujo que crean sensación de velocidad, las onomatopeyas y todo el abanico de símbolos usados en los cómics contribuían a acrecentar la experiencia

de disfrutar de una versión animada en lugar de un cómic"<sup>124</sup>.

Formalmente es sencillo catalogar a Tezuka como un renovador, pero su condición de mito viene definida por su desarrollo personal y su temática. Su vida y sus obras están llenas de luces y sombras, y si bien Tezuka pareció mantener a lo largo de toda su existencia una fe inquebrantable en el progreso técnico y en el empleo de la ciencia para el bienestar de la humanidad, a menudo la perdía en los hombres que sostienen ese mismo desarrollo. "Tezuka encontró en el manga un medio accesible a través del cual advertir de las

<sup>124</sup> GRAVETT, Paul. Op.cit. p. 28.

<sup>125</sup> Ibid. p. 30.



consecuencias del fanatismo, la intolerancia y los avances científicos descontrolados. *'Lo que intenté expresar en mis obra se puede resumir en el siguiente mensaje: ¡Amad a todas las criaturas!, ¡amad a todo ser vivo!'*<sup>125</sup>. Tezuka creyó entrever en el manga un medio universal, un lenguaje común al margen de diferencias étnicas o culturales: "Los cómics son un idioma internacional capaz de traspasar fronteras y generaciones. Los cómics son un puente entre culturas"<sup>126</sup>. Además de las reminiscencias formales procedentes del cine y la animación estadounidenses, "el artista estaba profundamente influenciado por

la naturaleza, y por la idea de lo orgánico y lo fecundo(...) Las funciones del cuerpo humano (...), la exuberancia del paisaje natural, o la íntima corporeidad de la violencia"<sup>127</sup>.

Osamu Tezuka nació el 3 de noviembre de 1928 en Toyonaka, sita en la prefectura de Osaka. Pasó toda su infancia en una pequeña población próxima, Takarazuka, que encarnaba todas las posibilidades del desarrollismo en el que se hallaba inmerso Japón. La familia Tezuka, de clase media-alta, participó de las ventajas de la vida moderna que inundaban el país procedentes de occidente. Vivió los mejores

<sup>126</sup> TEZUKA, Osamu; en: *Ibid.* p. 30.

<sup>127</sup> KELTS, Roland. *Japanamerica*. p. 43.

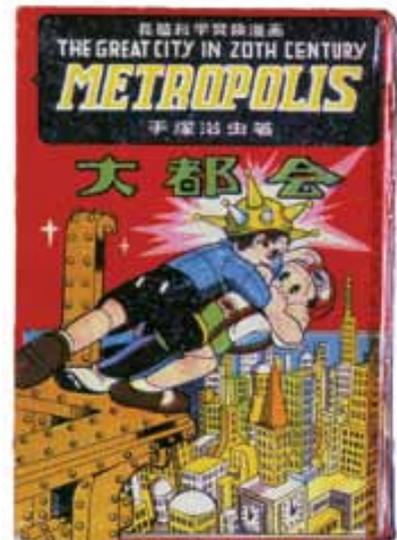
momentos de una ciencia que parecía no tener imposibles y que se volcaba en mejorar la calidad de vida de las sociedades más avanzadas, pero también los mayores horrores. Las costumbres de occidente, la medicina moderna, la radio, el tocadiscos, el cine o la cámara de fotos dieron paso a una progresiva militarización de país, los ataques aéreos y las bombas atómicas americanas en 1945 que le marcarían de por vida (fig.76). Después de la guerra se licenció en medicina, pero estando ya inmerso de lleno en su carrera profesional como dibujante no abandonó su dedicación. Las experiencias de su niñez le habían inculcado una fuerte creencia en los beneficios de la ciencia moderna, en la democracia y la tolerancia, pero en su corazón persistían muchas dudas en lo tocante a la voluntad de los hombres. “Optimismo y pesimismo, luces y sombras de la civilización humana se entrecruzan en su manga, a cuyos personajes se les reconoce la oportunidad de cambiar en lo moral, sin que ello conduzca necesariamente a un final feliz”<sup>128</sup>. Y aunque sus obras participaron en todo momento de esta pugna entre luz y tinieblas con desigual eficacia, “su mérito no consiste en desarrollar tal esperanza como simple relato de cultura popular, sino en mantenerla pese a todos los quebrantos”<sup>129</sup>.

Sus obras exploraron multitud de terrenos, y, pese a la ingente producción, su trabajo siempre mantuvo su personalidad y una calidad muy digna. A raíz



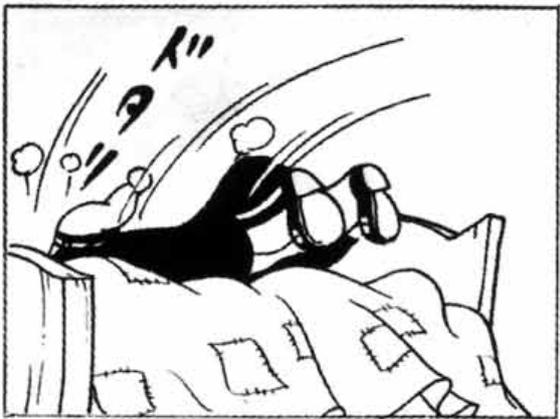
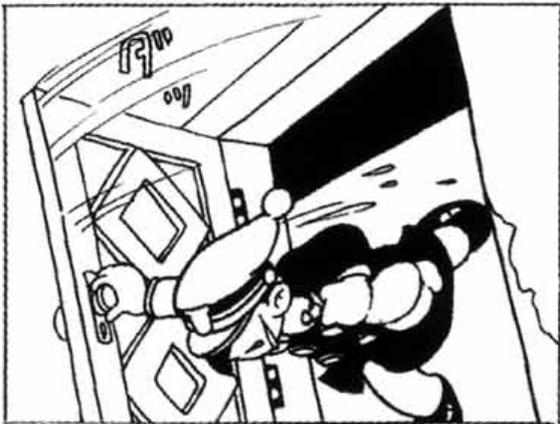
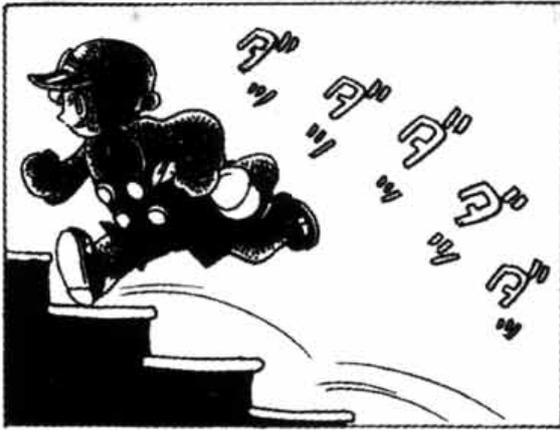
del éxito cosechado por *Shin Takarajima* (“La nueva Isla del Tesoro” – 1947), el editor le dio la oportunidad de realizar un nuevo ‘libro rojo’ de 160 páginas, titulado *Metrópolis* (1949; fig.77), de ambientación futurista y temática de ciencia-ficción, inspirado en la película homónima de Fritz Lang. Algunos de sus títulos más conocidos son *Jungle Taitei* (*Kimba, el León Blanco*, 1950), *Tetsuwan Atom* (*Astroboy*, 1951), *Ribon no Kishi* (*La Princesa Caballero*, 1953), *Trumi to Basu* (*Crimen y Castigo*, 1953; fig.78), *Hi no Tori* (*Fénix*, 1954), *Buhdda* (1972; fig.79), *Black Jack* (1973) o *Adurufu ni Tsugu* (*Adolf*, 1983). Pero su legado, compuesto por más de 700 títulos de manga a lo largo de 150.000 páginas, junto a sesenta obras animadas, abarca muchísimos temas y géneros distintos: ciencia-ficción y lo fantástico, aventuras, biografías, terror, western, temática policíaca y de yakuza, deportes, erotismo, etc.

76 Osamu Tezuka, “La fortaleza de papel” (1974).



<sup>128</sup> BERNDT, Jacqueline. Op.cit. p. 53.

<sup>129</sup> Ibid.



La actitud teatral de Osamu Tezuka respecto a su propia imagen contribuyó a mitificar su figura. A Tezuka le gustaba considerarse un director perteneciente a la vieja escuela hollywoodiense, de ahí que cuidase mucho su aspecto durante las apariciones públicas, en el estudio de manga o en los rodajes, perpetuando un personaje reconocible y admirado por los espectadores, con su característica boina negra y sus gruesas gafas de pasta.

Asimismo, a lo largo de sus numerosas obras llegó a crear un *star system* propio, en el que unos personajes definidos adquirirían un rol protagonista diferente en cada nueva publicación, como si de actores de cine se tratase. Muchos de estos personajes poseían una identidad propia y una vida ficticia inventada fuera de las viñetas, e independientemente de que desempeñaban papeles específicos en muchas historias, mantenían una personalidad y una manera de actuar característica, haciéndolos reconocibles para los lectores. Quizás su personaje más entrañable sea Shunsaku Ban, también conocido como Higeyoyaji (Don Mostacho) por su espeso bigote, con numerosas apariciones en muchas de sus publicaciones (fig.80-85).

*Jungle Taitei*, cuya traducción sería “El emperador de la selva”, es mucho más conocido en España por la serie de animación inspirada en el manga - que se

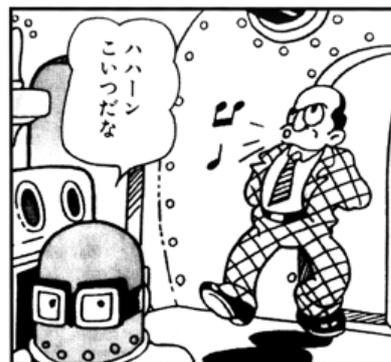


79

emitió en TVE a finales de los sesenta y en Tele5 y otras cadenas autonómicas en los años 90 – y bautizada como *Kimba, el León Blanco* (fig.86). La serie volvió a vivir una segunda juventud a raíz de la polémica con la Multinacional Disney y las acusaciones de plagio por parte de algunos autores japoneses – y no pocos fans – que protestaron por las similitudes argumentales entre *Jungle Taitei* y *El Rey León* (1994)<sup>130</sup>. El manga, sin embargo, es fiel al espíritu Tezuka. La historia comienza con la muerte del padre de Kimba (Leo en la versión original) a manos de unos despiadados cazadores y



<sup>130</sup> La trama central de *Jungle Taitei* presenta al joven Kimba, acompañado por sus amigos – un sabio mandril y un loro parlanchín - regresando a la selva natal para recuperar el trono que le corresponde, usurpado por un malvado león y dos secuaces, representados por hienas. Las similitudes con los personajes de *El Rey León* motivaron las protestas.



80-85\_Conocidos actores del star-system de Osamu Tezuka: Ham Egg (pag. anterior), Higeoyaji (Don Mostacho), Rock, Acetylene Lamp, Atlas, el Dr. Ochanomizu y Duke Red.

el secuestro de su madre, que da a luz en medio de la travesía hacia un zoológico. Tras el hundimiento del barco en una tormenta – la ambición de los cazadores es castigada – Kimba logra escapar. La redención del genero humano llega, primero, con su adopción por parte de un niño japonés, poniendo de manifiesto su naturaleza bondadosa; y después, con la puesta en práctica por Kimba de los conocimientos aprendidos durante su convivencia con los hombres, que le ayudarán a crear en la selva un sociedad más justa y civilizada donde todos los animales cooperen y vivan en paz. Las primeras historias de Tezuka siempre han tenido un carácter

marcadamente infantil, pero en todas ellas ha estado presente el sentimiento agri dulce - reflejo de la fe en los hombres - que le caracteriza. *Jungle Taitei* no es una excepción; a pesar de ser una historia para niños, enfatizado por la naturaleza fantástica de algunos giros argumentales, termina (en 1954) con la muerte de Kimba en medio de una tormenta de nieve, tratando de ayudar a unos humanos en una complicada expedición (fig.87).

La figura más popular, y el manga más célebre y emblemático de Osamu Tezuka es *Astroboy* (fig.88). Su título original, *Tetsuwan Atom* significa "átomo brazo de hierro", o, en un sen-

tido más metafórico, “potente átomo”; pero en el mundo entero se le conoce como *Astroboy*<sup>131</sup>.

Desde su primera publicación tuvo un éxito excepcional y su ascensión fue meteórica. Se presentó por primera vez en la revista *Manga Shōnen* en 1951 y no concluyó hasta 1968, convirtiéndose de ese modo en una de las series más longevas de la historia del manga. Además, su aportación no sólo se limita al cómic japonés, sino que desempeñó un papel fundamental en el desarrollo de la industria de animación nipona. El 1 de enero de 1963 se emite el primer capítulo de la serie de anime basada en el manga homónimo, filmado en blanco y negro por el estudio que había creado el propio Tezuka unos años antes. Si bien no fue la primera serie de anime japonés estrenada en televisión – *Otogi Manga Calendar* (1961-1964) – el debut de *Testuwan Atom* constituye un jalón clave para la consagración de la entonces incipiente animación japonesa, en su país y en el extranjero, gracias a su rotundo éxito. “A la gente le parecía ridículo que los animales hablasen o que los robots volasen. Pero los niños captaron enseguida la sinceridad de los sentimientos de Tezuka”<sup>132</sup>. Su emisión continuó durante cuatro años, abarcando un total de 193 episodios y un largometraje. El estudio de animación creado y dirigido por Tezuka en 1961, Mushi Productions, también fue el responsa-

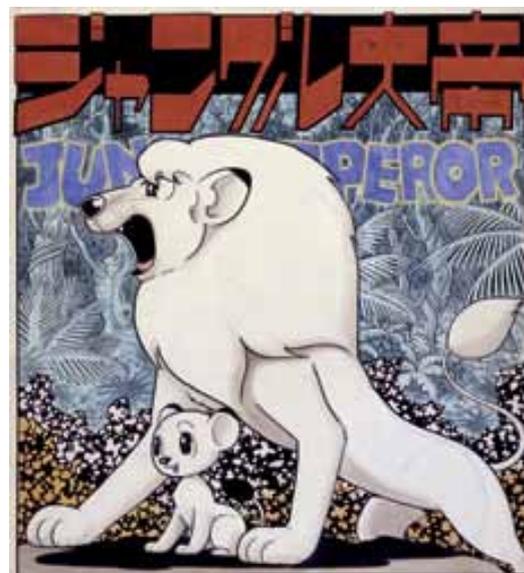
ble de la adaptación animada de *Jungle Taitei*, el primer anime en color, en 1965. La animación fascinaba a Tezuka, a pesar de sus elevados costes de producción, que a punto estuvieron de llevarle a la bancarrota en varias ocasiones<sup>133</sup>. Su estudio fue el responsable, no obstante, de muchas de las películas y series más célebres de la animación japonesa, alcanzando varias decenas de producciones para un público infantil o adulto, incluyendo *Senya Ichiya Monogatari* (“Las mil y una noches”, 1969), considerada la primera película de animación erótica de la historia<sup>134</sup>.

La influencia de Disney - al que siempre admiró - es evidente en el tierno humanoide Atom; una inspiración que el propio Tezuka reconoció: “Mickey me influyó inconscientemente. Astroboy se le parece. Mickey tiene dos orejas. Astro siempre tiene dos cuernos. De hecho, no son cuernos sino mechones de pelo, (...), las orejas de Mickey siempre se ven, con independencia de hacia donde se vuelva. (...) En eso reside precisamente la magia de la animación, es un trucoje”<sup>135</sup>. La obra de Osamu Tezuka y de Walt Disney no sólo ilustra la visión de ambos autores acerca del cómic o la animación, sino que refleja las singularidades y características que definen a Japón y Estados Unidos. Interpelado acerca de la figura de Mickey Mouse, Walt Disney afirmó que ejemplificaba todos los valores típicamente norteamericanos: amistoso, encantador, extrovertido y diligente,



88

86



<sup>131</sup> Para la emisión en la televisión norteamericana se desechó la traducción del nombre original “Mighty Atom”. El motivo puede deberse a la publicación en la década de 1940 de un cómic de la Editorial DC titulado *The Atom*, y al que frecuentemente se referían empleando la misma expresión “The Mighty Atom”, lo que podría haber motivado que los directivos de la cadena NBC adoptasen el nombre de Astroboy, para evitar así un enfrentamiento legal.

<sup>132</sup> KOYAMA-RICHARD, Brigitte. Op.cit. p. 150.

<sup>133</sup> Mushi Productions se declaró en bancarrota en 1973, pero se recuperó cuatro años más tarde gracias al apoyo de algunas empresas de televisión. Aunque Tezuka supervisó muchos de los trabajos producidos a partir de esa fecha, su control artístico y financiero en la compañía disminuyó notablemente.



87

siempre dispuesto a ayudar a los demás. Recientemente se solicitó a Yoshihiro Shimizu, colaborador de Tezuka durante la etapa de *Astroboy*, que enumerase las características que hacían de Atom una figura intrínsecamente japonesa, a lo que este respondió en tono jocoso: “*Siempre está metido en líos. Y muy preocupado. Muchísimo*”<sup>136</sup>.

*Tetsuwan Atom* se vertebra en torno a dos máximas de Tezuka, la fe en el progreso técnico y los avances de la ciencia y el frágil espíritu humano, visto desde la

perspectiva de Astroboy, cuyos sentimientos le acercan a una humanidad que su naturaleza híbrida le niega.

Con esta obra Tezuka presenta una elaborada reinención de Pinocho: En el año 2003, el profesor Tenma, tras la muerte de su hijo en un accidente de automóvil, crea un robot a imagen del mismo (fig.89). Atom, que así se llama, ejemplifica los beneficios de la energía atómica cuando ésta no se usa con fines destructivos – apenas habían pasado seis años desde el fin

<sup>134</sup> La película, dirigida por Eiichi Yamamoto y estrenada en 1969, es anterior a la célebre *Fritz the Cat* (“El gato caliente”), de Ralph Bakshi, basada en los cómics del mismo personaje de Robert Crum, estrenada en 1972, y que fue la primera película de animación que recibió la clasificación “X” en EEUU.

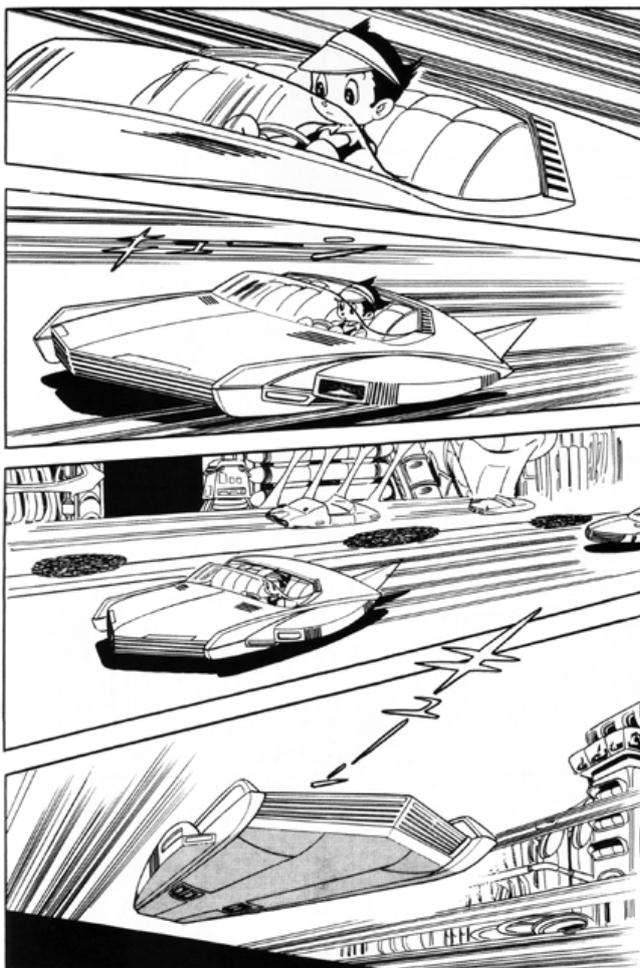
<sup>135</sup> [TEZUKA, Osamu; *Mi Vida de Manga (Boku no manga no jinsei)*; Iwanami Shinsho nº 509; Tokyo, 1997, 2ª Edición, 2006] en KOYAMA-RICHARD, Brigitte. Op.cit. p. 150.

<sup>136</sup> KELTS, Roland. Op.cit. p. 46.

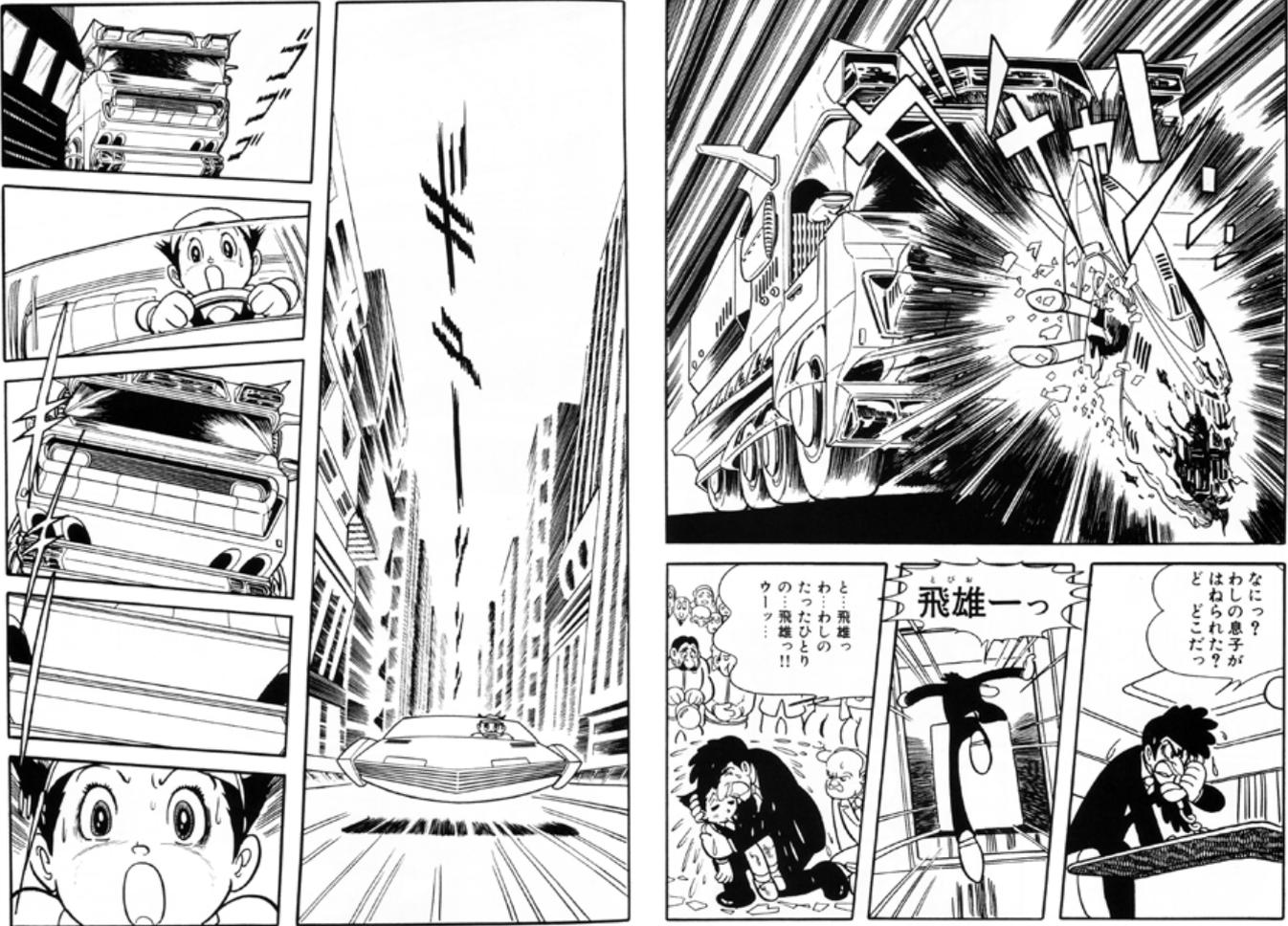
de la guerra del Pacífico hasta la primera publicación de *Tetsuwan Atom* – y gracias a eso y a su cerebro electrónico posee una fuerza asombrosa, surca el cielo impulsado por cohetes, resuelve los más complicados problemas matemáticos o es capaz de hablar multitud de idiomas (fig.90). Pero Atom tiene un defecto y es que no puede crecer, por lo que es rechazado por su creador. Atom arrastra el estigma de Pinocho, el no ser un niño de verdad, lo que contribuirá a definir la naturaleza heroica de personaje, pero también su soledad.

Rescatado por el Dr. Ochonomizu del circo al que fue vendido, donde le explotaban y humillaban, Atom emprende su lucha diaria en pos de la paz y la justicia en el mundo, peleando contra todo tipo de villanos, extraterrestres o robots malvados. El pequeño héroe tiene sentimientos humanos y es capaz de distinguir entre el bien y el mal, siente alegría y llora cuando está triste, y son precisamente esos sentimientos los que le impulsan a defender a la humanidad. Además, y como buen ejemplo de la sociedad japonesa de posguerra, Atom prefiere llegar a un acuerdo con sus enemigos, aunque no dudará en matarlos si representan una amenaza para sus amigos y allegados.

Tal como se ha expuesto con anterioridad, y al igual que sucede con el desarrollo argumental de *Jungle Taitei*, la orientación infantil de los primeros trabajos de Tezuka no garantiza en absoluto



un final feliz. *Tetsuwan Atom* es una obra ejemplificadora de esta máxima, y lejos de apuntar a un desenlace satisfactorio, el autor es fiel al espíritu de la tragedia clásica: el pequeño héroe pasa por todo tipo de penalidades para sacrificarse finalmente, en una suerte de catarsis, redimiendo así al género humano de su cruel destino. En el último episodio en televisión, Atom entrega su vida para evitar que una gigantesca bomba destruya el mundo, agarrándose a la misma y desviándola hacia el sol.



Con *Astroboy*, Tezuka realizó un análisis de la naturaleza humana a través de los ojos de un robot. Atom posee sentimientos humanos, pero su incapacidad para ser una persona real le otorga la ventaja de la distancia. Desde su atalaya experimenta sus propios sentimientos, que va conociendo inocentemente, al tiempo que observa la realidad del mundo que habita. Tezuka dota a Atom de una doble función dentro de la historia: en tanto que robot le sitúa como observador imparcial de la naturaleza humana, pero en tanto que ser híbrido – y como

ocurre con otros muchos personajes en toda su obra – “narra sus peripecias en un entorno que los estigmatiza”<sup>137</sup>.

En el año 2003, James Brooke, cronista de *The New York Times*, publicaba un artículo titulado “*El corazón de la animación japonesa late en el interior de un niño robot*”, a raíz de los preparativos que, con motivo de la llegada de la fecha del nacimiento que Tezuka había pensado originalmente para *Astroboy*, se estaban organizando en todo Japón. Estas celebraciones ejemplifican

<sup>137</sup> BERNDT, Jacqueline. Op.cit. p. 53-54.

de manera magistral el sentimiento de todo un país para con este pequeño robot, icono internacional de la industria del manga y anime japoneses.

"Tokyo, 6 de Abril: En 1951, Osamu Tezuka, un dibujante de cómic japonés, ideó a Astroboy, un robot encantador con dedos láser, ojos reflectores, ametralladoras en los pantalones cortos de color negro y cohetes propulsores en sus botas rojas. Para que ese golflillo de 100.000 caballos de potencia pareciera realmente futurista pensó en una fecha de nacimiento muy lejana: el 7 de abril de 2003. Puede que Tokyo todavía no tenga coches voladores, pero el nacimiento oficial de Astroboy del lunes señala la mayoría de edad de la industria de la animación japonesa. (...)

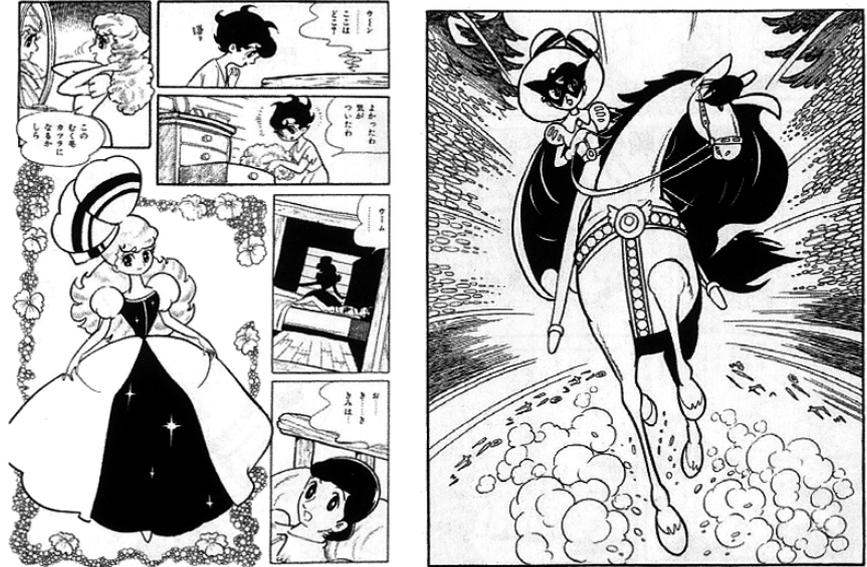
'En 1951, Japón todavía estaba en ruinas' dijo Yoshihiro Shimuzu, manager general de Tezuka Production Company, creadores de Astro Boy. 'La gente se esforzaba para crear un futuro más brillante y un Japón mejor. Astroboy se convirtió en el símbolo de su sueño. Ahora la gente se ha cansado del materialismo, y Astroboy es un robot con un corazón. Una vez más, el germen de Astroboy armoniza con el sentir general del pueblo' concluyó. 'En este momento de depresión económica, la gente busca sentimientos positivos'<sup>138</sup>.

En 1953 tiene lugar otro hito en la historia del cómic japonés cuando Tezuka publica el primer



story-manga para jovencitas, *Ribon no Kishi*<sup>139</sup> (*La princesa caballero*; fig.91). Su dibujo, bastante infantil y estereotipado, sintomático del estilo de Osamu Tezuka en sus primeras obras, presenta ya algunos de los elementos formales que con los años serán inherentes al manga para chicas, como las piernas

<sup>138</sup> BROOKE, James. "El corazón de la animación japonesa late en el interior de un niño robot".



92 infinitamente largas o los enormes ojos brillantes con largas pestañas, como se procederá a analizar con detenimiento en el estudio del Shôjo como género específico. Asimismo, introduce por primera vez lo que será un axioma argumental en muchos de los cómics manga femeninos que aparecerán en el futuro: la ruptura de las rígidas normas sexuales, representada a través de la ambivalencia sexual de las protagonistas (fig.92).

91



A pesar de que Osamu Tezuka siempre tendió hacia un imaginario infantil, en sus últimos años presentó obras mucho más oscuras que, aun manteniendo las máximas que habían caracterizado toda su obra, estaban claramente orientadas hacia un público adulto. Sus narraciones evolucionaron hacia epopeyas cada vez más largas, con una evidente complicación en la trama y aumento en el número de personajes protagonistas que

intervenían en ella. En este período, el dibujo, aunque fiel a un estilo depurado y característico, ya no resulta tan innovador como en sus creaciones de los primeros años, pero su increíble capacidad narrativa “tiende a superar el aparente convencionalismo – y limitaciones – de las figuras”<sup>140</sup>. Algunas obras como *Black Jack* (1973-1978) y *Adolf* (1983-1985), son características de este período.

*Black Jack* va desgranando la historia a través de 225 episodios de carácter autoconclusivo, publicados en la revista *Shônen Champion*. El relato narra las crónicas de un solitario cirujano tremendamente habilidoso, sin títulos médicos, pero capaz de realizar operaciones imposibles a cambio de enormes sumas de dinero. Alejado de la civilización, vive en una isla privada donde cultiva gran variedad de plantas y cría diferentes especies de animales. El personaje protago-

<sup>139</sup> Literalmente “El caballero del lazo”.

<sup>140</sup> BERNDT, Jacqueline. Op.cit. p. 55

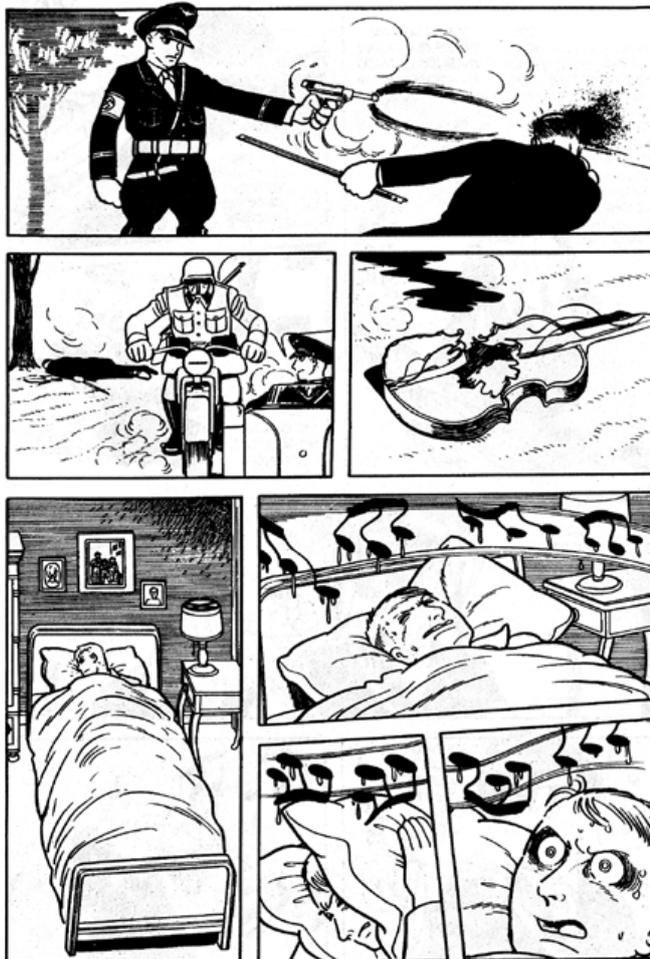
nista, un moderno anacoreta, se cuestiona continuamente acerca de la legitimidad de sus actos como científico, la miseria humana o su imposibilidad de salvación. Formalmente, el manga se caracteriza por “el perfecto maridaje entre dibujos imaginativos y un convincente realismo argumental. Tezuka, un médico cualificado, ilustra las operaciones de cada episodio como si se tratara de un manual de medicina, sin remilgos”<sup>141</sup> (fig.93).

El guión de *Adorufu ni Tsugu (Adolf)*<sup>142</sup> se construye sobre tres personajes con idéntico nombre, dos jóvenes amigos en Japón – uno de ellos hijo de un diplomático alemán y el otro de inmigrantes judíos – y el führer (fig.94). La trama argumental, que gira en torno a unos documentos que demostrarían la ascendencia judía de Hitler y que abarca cronológicamente desde los años treinta hasta los ochenta, es utilizada como un pretexto por Tezuka para relatar la trágica relación de los dos amigos, que terminan por convertirse en encarnizados enemigos y mueren, esclavos de las circunstancias, creyendo luchar por una justicia mayor.



Este cambio en la orientación de las obras de Osamu Tezuka vino determinado, en parte, por la aparición a finales de los años 50 y a lo largo de la década siguiente de una nueva corriente entre los dibujantes, caracterizada por el desmarque del tradicional manga infantil y centrada en obras que cuentan historias más

crudas, de temática adulta y alejadas de todo el sentido cómico que, hasta ese momento, parecía ir asociado al manga. Ese nuevo manga dramático, para un público adulto, recibirá el nombre de *gekiga*.



EL MANGA  
QUE ESTABA POR LLEGAR

94

En 1947 nació la primera publicación mensual íntegramente compuesta por manga, Manga Shōnen, que permitió el desarrollo profesional de toda una nueva generación de dibujantes, entre los que se incluía un jovencísimo Tezuka. Esta nueva revista obtuvo un gran éxito, lo que motivó la aparición de numerosas publicaciones dedicadas al manga en exclusiva y destinadas a una gran variedad de públicos. Así,

en 1955 se fundan las primeras revistas de *shōjo*, o manga para chicas, llamadas Nakayoshi y Ribon, publicadas por las editoriales Kodansha y Shueisha respectivamente (fig.95-96).

97

En 1957, y a raíz de la publicación del manga *Yūrei Takushi* ("El taxi fantasma"), el autor Yoshihiro Tatsumi acuña el término *gekiga* para referirse a esta tendencia de manga más serio y adulto que él y otros artistas venían desarrollando (fig.97). *Gekiga* significa, literalmente, "imágenes dramáticas". Con esta definición pretendían desmarcarse de la corriente de manga humorístico o infantil que se había generado hasta ese momento: "un manga más realista, más anclado en la sociedad de su tiempo, sin escrúpulos para derramar sangre o utilizar la violencia"<sup>143</sup>. Su trazo duro, sus historias crudas, psicológicas y de gran realismo atraían a un nuevo tipo de espectador; un público adulto, joven y trabajador que habita en ese incipiente concepto de gran ciudad de crecimiento industrial exacerbado. Por una parte, con ese público los autores conseguían que sus obras se desmarcasen de la asociación infantil del manga y, por otra, renegaban del carácter "cómic" del mismo. Hoy en día es sabido que no todos los cómics son cómicos, y el significado original del vocablo, en el caso del manga en Japón, también había trascendido esa definición. "Las intransigentes e influyentes historias breves de Yoshihiro Tatsumi no tuvieron reparo en dejar al descubierto las cicatrices de un

<sup>141</sup> GRAVETT, Paul. Op.cit. p. 68.

<sup>142</sup> Literalmente "Díselo a Adolf".

<sup>143</sup> KOYAMA-RICHARD, Brigitte. Op.cit. p. 154.

país derrotado y profundamente herido. Si existía algún mensaje en sus sutiles viñetas, consistía en la concienciación de que el proceso vital alcanza inevitablemente umbrales de desesperación y de falta de realización, y que hay que aceptar la melancolía como la más elevada condición a la que se podía aspirar en un mundo poético”<sup>144</sup>. Los artistas del gekiga estuvieron ligados, desde un primer momento, a los *kashibon* – bibliotecas ambulantes – generando en torno a ellos una subcultura asociada a los barrios periféricos y sus gentes. Yukio Mishima, apelando a la ‘autenticidad’ de las obras de los autores de los primeros años de posguerra y frente a los convencionalismos del Japón actual, llegó a afirmar que “antiguamente, cuando sólo podía ponerse en las manos de los especialistas que prestaban libros de cómics gekiga en establecimientos aislados, estos tenían diez veces más ferocidad, vitalidad, poder y crueldad”<sup>145</sup>.

En los últimos años de la década de 1950 y comienzos de 1960 se produjo un aluvión de cambios en el panorama editorial. El *comic-book* estadounidense mantuvo su hegemonía entre el público infantil y juvenil desde su aparición a mediados de los años treinta, próximo al formato que conserva hoy en día, y hasta su progresivo declive en la década de 1950. Varias generaciones de jóvenes norteamericanos cultivaron su gusto por la narrativa ilustrada gracias a las publicaciones de superhéroes de dife-



rentes editoriales como Action Comics o DC, hasta el punto de afianzarse como un producto de consumo diario. “El pueblo del Japón de posguerra estaba entusiasmado con Estados Unidos, aun cuando anteriormente los estadounidenses eran lo más parecido a demonios. Los cómics americanos tuvieron una gran influencia que de ningún modo podemos ignorar”<sup>146</sup>.

95 - 96

En Japón, los cómics americanos, introducidos gracias a las fuerzas de ocupación, calaron progresivamente entre los niños de la posguerra. “Con una claridad narrativa y un diseño universal, las historietas norteamericanas se convirtieron en las historietas del mundo”<sup>147</sup>. En las décadas siguientes el cómic americano experimentó una evolución similar a la japonesa, diversificando las temáticas de las historias a fin de abarcar un público más variado, que incluyese a los lectores de superhéroes de

<sup>144</sup> GRAVETT, Paul. Op.cit. p. 40.

<sup>145</sup> [Yukio Mishima] en Ibid. Prólogo.



97\_Yoshihiro Tatsumi. Portada de Yûrei Takushi ("El taxi fantasma"; 1957) e imagen de "Daihakken" (La gran revelación) ©Tatsumi 2002.



décadas anteriores, ahora convertidos en adultos. Para ello, al margen de las narraciones infantiles que ya se venían publicando, la industria del cómic introdujo progresivamente nuevas historias, inspiradas en la realidad cotidiana, más cercanas al lector maduro y experimentado. Paradójicamente, el auge de la Guerra Fría motivó una férrea autocensura por parte de los grupos editoriales, a raíz de las acusaciones de pro-comunismo y de promover la violencia en la juventud en muchas de estas novedosas publicaciones, vertidas desde diferentes instituciones y colectivos sociales. En Europa y Estados Unidos, a la problemática política en torno al rol que desempeñaban los tebeos en la lucha contra el Comunismo y la incipiente delincuencia juvenil, se sumó un descenso importante en la venta de cómics motivado fundamentalmente por el auge de la televisión. En Japón, sin embargo, la situa-

ción era radicalmente opuesta; la industria del manga estaba a punto de experimentar una revolución con la llegada de nuevas publicaciones y un aumento de ventas nunca visto. La televisión, lejos de competir con el manga, se complementaba: la industria de la animación japonesa crecía tanto como lo hacía la incesante demanda. En Japón, la industria del anime siempre ha estado ligada al manga, adaptando a series de animación los títulos de mayor éxito. Las librerías ambulantes ligadas a las publicaciones *gekiga*, dado el carácter *underground* y subversivo de estas, habían proliferado en la década de 1950, en gran medida por el clima de agitación política y crispación social, y la oposición de activistas políticos y colectivos juveniles a los conflictos armados en Asia y la alianza entre Japón y Estados Unidos. La llegada de la década de los sesenta supuso un cambio radical en la mentalidad de la población japonesa, centrada en la reconstrucción socioeconómica y el desarrollo industrial del país, abocado a convertirse en una nueva superpotencia.

El modelo de revista que se conocía desde principios de siglo es sustituido por las nuevas publicaciones semanales de manga, que pasan a tener una periodicidad similar a las series de radio y televisión. *Shônen Club* y *Shôjo Club* desaparecen en 1962, dando paso a una avalancha de nuevas colecciones. *Shônen Magazine* de la editorial Kodansha y *Shônen Sunday* de

<sup>146</sup> ASÔ, Tarô (Ministro de Asuntos Exteriores de Japón en el año 2006). *A New Look at Cultural Diplomacy: A Call to Japan's Cultural Practitioners*.

<sup>147</sup> GRAVETT, Paul. Op.cit. p. 12.



Shōgakukan son las primeras<sup>148</sup> en salir al mercado en marzo de 1959 (fig.98), y tras el éxito inicial de estas últimas, surgen muchas otras: en 1963 se pone a la venta la revista Shōnen King y dos publicaciones de shōjo manga, Margaret de la editorial Shueisha, y Shōjo Friend, de Kodansha. La multiplicación masiva de títulos propiciará la diversificación de temáticas y argumentos, dando lugar a la aparición de nuevos géneros. En adelante, estas tres grandes editoriales (Kodansha, Shōgakukan y Shūeisha) coparán las tres cuartas partes del mercado editorial del manga en Japón, con multitud de diferentes publicaciones destinadas a una gran variedad de públicos.

En los años sesenta, y fruto del éxito de los *gekiga*, también aparecieron publicaciones destinadas a un público adulto y de temática *underground*, alternativa y experimental. La pionera

revista Garo apareció en 1964, fundada por Katsuichi Nagai, con la colaboración de Sanpei Shirato (fig.99), y Osamu Tezuka editó COM en 1967 (fig.100), con un carácter marcadamente innovador, hasta su desaparición en 1972. Para Tezuka COM era un medio que posibilitaba dar salida a un conjunto de nuevas historias más maduras y psicológicamente profundas, muy influenciadas por las publicaciones *gekiga*, que de otro modo no habrían visto la luz. *Hi no Tori*<sup>149</sup> ("Fénix"), publicada inicialmente en COM en 1967<sup>150</sup> y concluida en 1988 en la revista Manga Shōnen - después del cierre de la primera a comienzos de la década de los setenta - es, en opinión del propio Tezuka, la obra cumbre de su carrera (fig.101). A lo largo de más de cuatro mil páginas compiladas en doce libros<sup>151</sup>, cada uno de los cuales se desarrolla en diferentes períodos y constituye una historia autoconclusiva, Tezuka

98

100

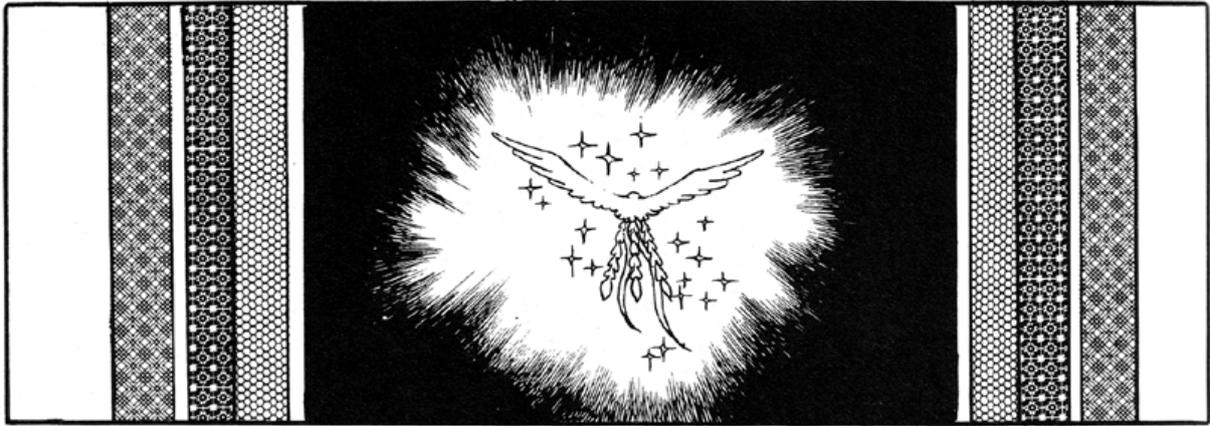


<sup>148</sup> En 1956 se había producido un primer intento, sin éxito, de publicar un semanario de manga llamado *Shūkan Manga Times*.

<sup>149</sup> Literalmente "Pájaro de Fuego".

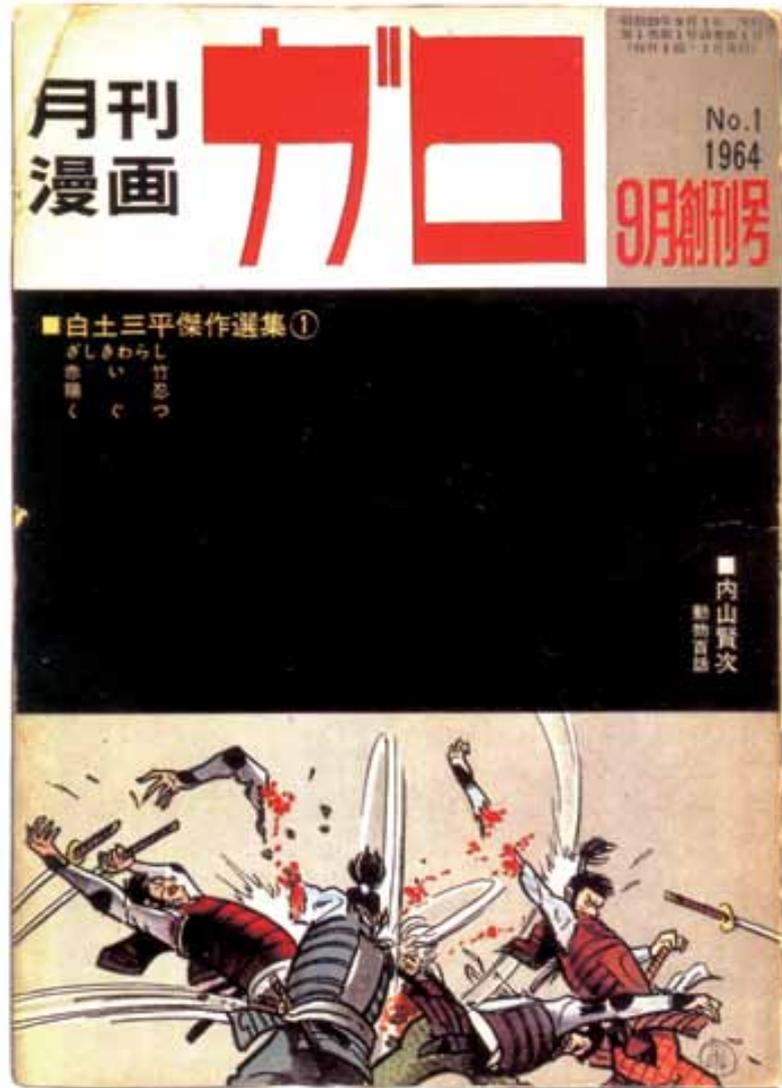
<sup>150</sup> Osamu Tezuka ya había trabajado en una versión preliminar de *Hi no Tori* a mediados de la década de 1950. Esta primera aproximación, muy influenciada por sus primeros trabajos y el estilo gráfico y narrativo próximo a las creaciones Disney, se aleja del relato maduro y sesudo de la versión definitiva.

<sup>151</sup> Inconclusa tras la muerte de Osamu Tezuka en 1989, *Hi no Tori* consta de doce volúmenes autoconclusivos: Reimei-hen (El Alba), Mirai-hen (El Futuro), Yamato-hen (Yamato), Uchū-hen (El Universo), Ho-ō-hen (Fénix), Fukkatsu-hen (Resurrección), Hagoromo-hen (El Traje de Plumas), Bōkyō-hen (Nostalgia), Ranse-hen (Época Turbulenta), Seimei-hen (La Vida), Igyō-hen (Heteromorfismo) y Taiyō-hen (El Sol), además de un decimotercer volumen con diseños y bocetos preliminares del proyecto inicial de la década de 1950.

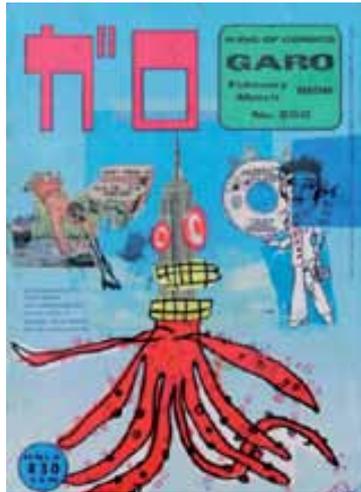
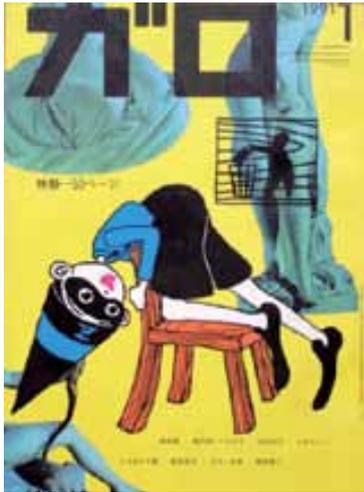


realiza un viaje de renovación desde los albores de la humanidad hasta su desaparición en el siglo XXXV. El “Fénix”, que ejerce de singular guía en esta travesía vital, ejemplifica metonímicamente el círculo de muerte y resurrección que define toda la obra, en la que se entremezclan axiomas de la religión budista y elementos de ciencia-ficción.

Garo, de periodicidad mensual, basaba su proyecto en la arriesgada propuesta de editar sin pagar a los autores, en su mayoría jóvenes y noveles, a cambio de total libertad creativa. Su osado planteamiento y la irreverencia de muchas de sus historias propiciaron que obtuviese una gran acogida entre el proletariado de las urbes, los estudiantes y las nuevas generaciones de jóvenes dibujantes (fig.102). En 1965, Katsuichi Nagai, editor de Garo, insertó un curioso llamamiento entre las páginas de la revista que rezaba: “*Yoshiharu Tsuge, ¡Ponte en contacto conmigo, por favor!*”. Tsuge, conocido entre otros proyectos por la obra semi-autobiográfica *Muno no hito* (“El hombre sin talento”, 1986) o el relato breve *Numa* (“Marisma”, 1966), se había iniciado en el mundo del manga como autor de obras *gekiga* para las librerías ambulantes *kashihonya*. Arruinado y profundamente deprimido, había intentado suicidarse poco antes de la emotiva llamada de Nagai. Tsuge respondió a la convocatoria y debutó como ayudante de Shigeru Mizuki (fig.103) en las páginas de Garo en 1965. Sus historias desconcertantes y



perturbadoras, y sus imágenes, de gran potencia y predominio de la línea conquistaron a los lectores de la revista. “Al ahondar en una gramática más poética, Tsuge contribuyó a que el manga se liberase de las restricciones que le imponía la narrativa. Abandonó la fluidez característica del manga influenciada por los planos cortos y trepidantes del cine, dotándolo de un estilo más mesurado y reflexivo que le permitía desplegar de manera



sutil cada estado emocional. (...) Ilustradas como aguafuertes, estas viñetas cristalizan un extraño sentido del espacio y el tiempo que evoca los sentimientos más íntimos de los personajes”<sup>152</sup>. En 1968 publicó un relato de veintidós páginas titulado *Nejishiki* (“Estilo rosca”; fig.104), cuyo impacto en los lectores de *Garo* marcaría el devenir del manga de autor en las décadas siguientes. “Tsuge crea campos de resonancia que, aunque fragmentados e inconexos, amalgaman las viñetas. Este trabajo provocó que el manga pueda ser considerado como ‘arte’. (...) *Nejishiki* es atemporal y humano por la forma en que pone de manifiesto la alienación”<sup>153</sup>.



Los protagonistas de las épicas aventuras de samuráis de Sanpei Shirato se convirtieron en iconos juveniles durante las protestas estudiantiles de los años sesenta (fig.105). Las historias de Shirato, que abandonó *Garo* en 1971, garantizaron la fidelidad del público y la buena marcha económica de la revista. *Garo* llegó a alcanzar unas cifras de ventas de ochenta mil ejemplares, insignificantes en comparación con otras publicaciones más comerciales, pero meritorias tratándose de una iniciativa arriesgada y poco ortodoxa. Para muchos autores, *Garo* fue “un medio necesario y directo que les permitiese canalizar sus propias inquietudes y emprender una catarsis similar a la que brinda el arte ‘ajeno’ utilizando un lenguaje propio. Es posible que la aspiración inicial de *Garo*

no fuera constituirse en un laboratorio para este tipo de obras, pero desde finales de 1960 fue acogiendo con mayor beneplácito a voces ‘excéntricas’ y experimentales que no habrían tenido cabida en otros lugares”<sup>154</sup>. Su éxito en los años setenta fue formidable, amparada por el triunfo del Punk, pero en las décadas siguientes se fue disipando progresivamente su popularidad, al tiempo que perdía mucha de la frescura original. Tras la muerte

<sup>152</sup> GRAVETT, Paul. Op.cit. p. 134.

<sup>153</sup> Ibid. p. 134.

<sup>154</sup> Ibid. p. 134.

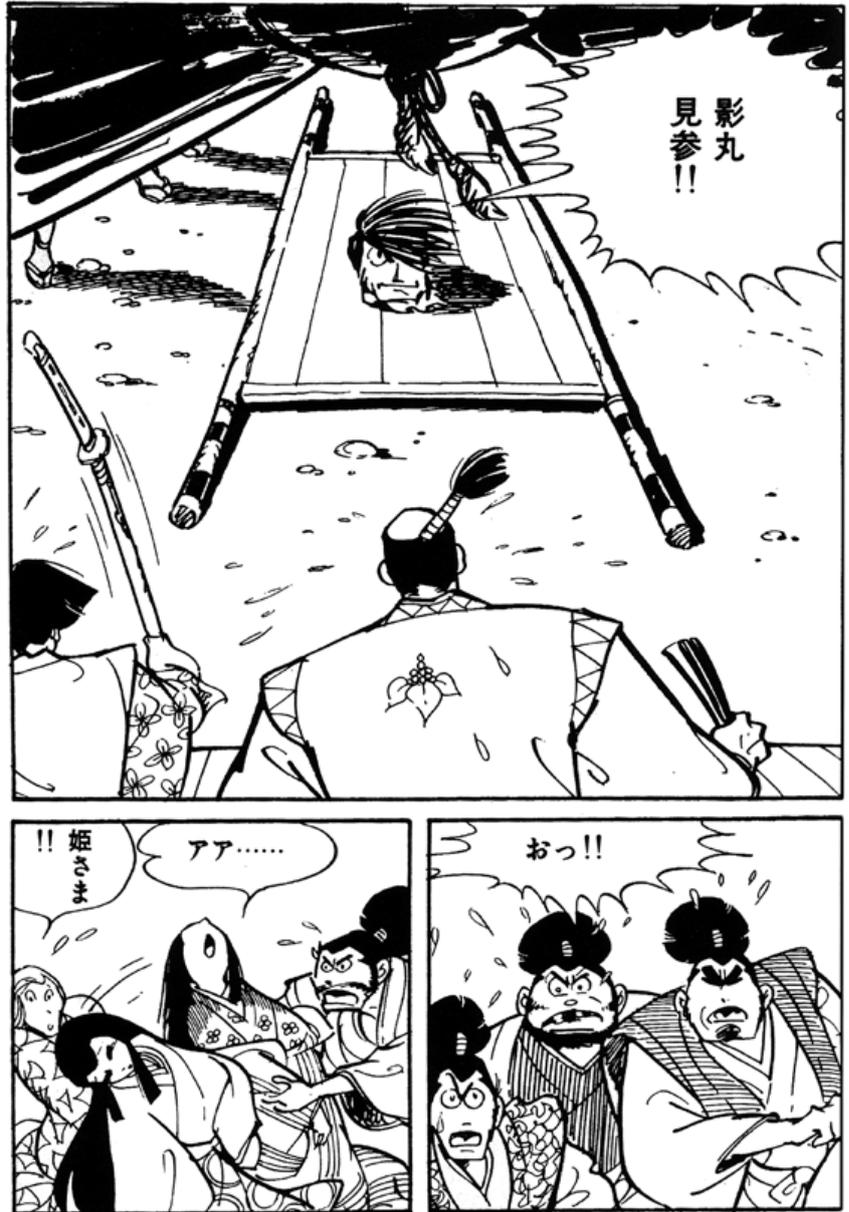


まさか  
こんな所に  
メダクラゲが  
いるとは  
思わなかった

田舎の海は  
こんな感じ  
メダクラゲが  
いるとは  
思わなかった

de Katsuichi Nagai en 1996, y en plena crisis económica japonesa de la década de 1990, no tardó en desaparecer. A pesar de todo, “ofreció un servicio vital, al devolver a artistas *gekiga* como Tatsumi y Yoshiharu Tsuge, (...), al nada convencional medio del *mangaka*, aportando el inconformismo y la capacidad visionaria esenciales para la continuidad del desarrollo de cualquier expresión artística”<sup>155</sup>. Algunos colaboradores habituales y empleados de la revista *Garo* crearon su propia publicación en 1998 - denominada *AX* - llamada a recoger el legado de Katsuichi Nagai (fig.106); en cada número, la cubierta exhibe con orgullo la máxima “El manga debe ser independiente. El manga debe ser abierto. El manga debe ser experimental”.

En Japón, al igual que venía ocurriendo en el resto del mundo, comenzaba a reivindicarse el cómic como un medio de expresión válido para multitud de inquietudes y públicos, superando la dimensión infantil a la que se había visto abocado hasta esa fecha. Así, del mismo modo que había ocurrido con las publicaciones infantiles-juveniles, aparecieron a finales de los años sesenta un número considerable de publicaciones dirigidas a un público joven-adulto por parte de grandes editoriales comerciales. Hasta ese momento, el fenómeno *gekiga*, de orientación más seria, había estado ligado a la expansión de los *kashibon* (bibliotecas ambulantes) y sus autores que, alejados hasta en-

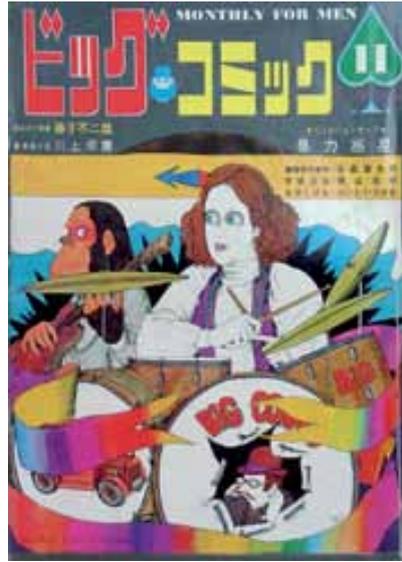


tonces del circuito editorial, se integraban en una categoría de subcultura urbana del manga. Con la bonanza económica de Japón en las décadas de 1960 y 1970 y la gran variedad de géneros y bajo coste del manga, los *kashibon*, tan necesarios y útiles antaño, terminaron por desaparecer. En 1967 aparecen Manga

105\_Sanpei Shirato, "Ninja Bugeichô" (1959) ©S. Shirato 1976.

<sup>155</sup> Ibid. p. 42.

<sup>156</sup> Ibid. p. 96.



108 - 107

Action, fundada por Futasawa, y Young Comic, de Kodansha, consideradas las primeras publicaciones generalistas de manga adulto editadas por una gran editorial japonesa, y un año después, Big Comic, de la empresa Shôgakukan (fig.107). Los autores, rescatados mayoritariamente del mundo del *kashibon*, seguían trabajando la temática *gekiga* que tanto éxito había cosechado, pero ahora en un circuito cien por cien comercial. “Los creadores de manga vendido en quioscos, así como sus lectores, estaban madurando conjuntamente”<sup>156</sup>.

Las publicaciones juveniles, que siempre han liderado el desarrollo comercial del manga, se multiplican velozmente y en esos años se producen dos acontecimientos muy importantes para la historia del manga. En 1968 la famosa editorial Shueisha presenta la revista Shônen Jump (fig.108), que no tardará

en convertirse en uno de los semanarios más importantes de todo el país y con mayor tirada, y cuya publicación todavía continúa. La Weekly Shônen Jump ha sido, durante muchos años, el semanario japonés con mayor tirada y la revista de cómic más vendida del mundo. En sus páginas se publicó *Harenchi Gakuen* (“Escuela sin vergüenza”, 1968; fig.109) de Gô Nagai, que escandalizó a padres y educadores por su narración desmadrada y gamberra y su alto contenido erótico, especialmente al tratarse de una publicación juvenil. A pesar de ser considerada la primera gran obra manga de contenido erótico, Gô Nagai nunca incluyó ilustraciones sexualmente explícitas, hasta el punto de que, hoy en día, estas imágenes serían tildadas de cómicas y picantes, antes que eróticas. No obstante, su efecto-polémica fue doble: por una parte, por el hecho de haberse publicado en una revista para adolescentes, por otra, derivada de la primera y más grave a ojos de los padres y educadores, porque sentaba un precedente, abriendo el camino a nuevos seriales osados y temerarios dentro de publicaciones dirigidas a niños y jóvenes. De este modo se difuminaban las fronteras entre un manga netamente adulto y uno juvenil, estableciendo categorías intermedias del agrado de ambos públicos, donde los valores “*echi*” (picantes) propios de las publicaciones juveniles, se aproximaban poco a poco al género “*henta*” (erótico) de las narraciones adultas.

106



Tanto o más importante para el mercado editorial va a ser la definitiva eclosión de la categoría shôjo. La figura de la mujer *mangaka* se generaliza, y sus aportaciones al género revolucionarán las temáticas y sensibilidades exhibidas en las obras conocidas hasta ese momento, mayoritariamente en manos de autores masculinos. Hacia finales de los sesenta y principios de los setenta surgirá un grupo de mujeres, las *24nen-gumi*<sup>157</sup>, que contribuirán a redefinir el universo del manga femenino.

Los setenta se caracterizan por la bonanza económica del país. En el marco editorial se confirma la consolidación de las grandes publicaciones al tiempo que se generalizan los autores amateur y los *dôjinshi* (fanzines), un fenómeno que desembocará en el nacimiento del primer *comiket*<sup>158</sup> en 1975. Estos artistas, aunque fuera del circuito puramente comercial, trabajan a un gran nivel, y sus ediciones caseras, con el tiempo, no tendrán nada que envidiar a las de las grandes editoriales, especialmente por la sofisticación de sus historias y lo elaborado de su técnica. El principal problema con el que se enfrentan muchas de estas obras es el alto contenido erótico y violento de sus historias, y la gran explicitud en sus imágenes, por lo que difícilmente pueden insertarse en el circuito editorial. De todas formas, el erotismo también empezaba a abrirse un hueco importante en la narrativa de esa época, con especial énfasis tras la apari-

ción de nuevas publicaciones dedicadas íntegramente al *ero-gekiga*, cuyo estilo y argumento seguían fieles a la filosofía de los primeros *gekiga*, duros y de temática adulta, pero que en esta época, además, enfatizaban en el sexo. *Erotopia*, en 1973, *Alice* y *Erogenika* son algunos ejemplos de esta nueva tendencia. Más significativa es la aparición de *June*, en 1978, que ponía de manifiesto los cambios en los gustos del público femenino japonés. *June* es la primera publicación destinada fundamentalmente a mujeres jóvenes y dedicada en exclusiva al género *yaoi*, que describe las relaciones amorosas entre dos hombres (fig.110).

Con el cambio de década y la llegada de los ochenta, aparece una notable cantidad de nuevas propuestas al tiempo que los *ero-gekiga*, que tanto éxito habían cosechado en los años anteriores, empiezan a ver como disminuyen sus ventas con la entrada en escena de nuevos autores. Las grandes editoriales se lanzan a la conquista de una segunda generación de adultos que había crecido con sus primeras publicaciones juveniles en las décadas pasadas. Este nuevo público, acostumbrado a un estilo más maduro y desarrollado, no se conforma con el *gekiga* que se estaba publicando, y los gigantes editoriales como *Shueisha*, *Shôgakukan* o *Kodansha* no tardan en lanzar sus semanarios específicos para este sector, *Young Jump* (1979), *Big Comic Spirits* (1980) y *Morning*

110



111



<sup>157</sup> 24nen-gumi significa, literalmente, "grupo del año 24". Se les conoce con ese nombre porque casi todas nacieron alrededor del año 24 de la Era Shôwa (1949). La Era Shôwa, o "paz resplandeciente", es la inaugurada por el emperador Hiro Hito en 1929. Este "grupo de las 24" está compuesto, entre otras, por Riyoko Ikeda, Moto Hagio, Waki Yamato, Keiko Takemiya, Machiko Satonaka, Yumiko Igarashi, Suzue Miuchi, Ryôko Yamagishi, etc.

(1982; fig.111) respectivamente. Muchos jóvenes dibujantes procedentes del universo de los *dôjinshi* debutan con sus trabajos en estas nuevas publicaciones. Como ocurría en sus obras amateur, la carga sexual es una constante, lo que consigue atraer al público interesado en estas historias, en detrimento de las publicaciones específicamente eróticas. Aun así, para integrarse junto a los productos de mayor tirada de las grandes editoriales japonesas, se verán obligados a reducir el tono pornográfico y abiertamente sexual de sus trabajos de juventud. En esas mismas fechas, además, aparecerán las primeras publicaciones de *Lady's comic* – que

a imagen del gekiga para hombres de décadas anteriores, presentan historias para mujeres adultas con una dosis igualmente elevada de sexo – empezando con la revista *Be Love*<sup>159</sup> (Kodansha, 1980), y a la que seguirían otros semanarios como *You* o *For Lady*.

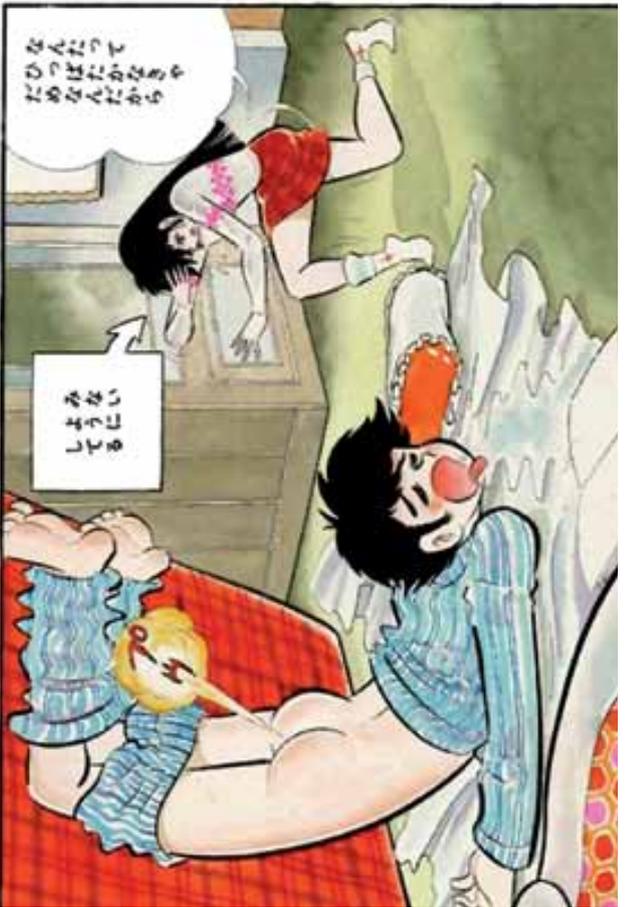
El *jôhō-manga*, cómic de temática seria o informativa, fue una innovación de los años ochenta. Básicamente consiste en la exposición y desarrollo de un acontecimiento no ficticio presentado como un manga narrativo. Su éxito surge con la publicación en 1986 del reconocido manga *Nihon Keizai no Nyûmon* (“Japan, Inc. Introducción a la economía

109



<sup>158</sup> Comiket proviene de la contracción de “comic market”. Se trata de una gigantesca concentración de mangakas amateur donde enseñan y ponen a la venta sus últimas creaciones.

<sup>159</sup> Con anterioridad a la revista de *Be Love* por parte de la editorial Kodansha, Osamu Tezuka había intentado - sin éxito - consolidar varias publicaciones destinadas a mujeres adultas, como *Funny* (1969) o *Josei Comic Papillon* (1974), que desaparecieron debido a su escasa acogida.





japonesa”), de Shôtarô Ishimori (fig.112). Su originalidad estriba, primero, en el hecho de ser presentado por una editorial hasta entonces ajena al mundo del manga – dedicada a la economía – y en un formato de tapa dura similar a la de otros libros convencionales, una característica ciertamente inusual en el mercado editorial del manga; y en segundo lugar, por definir una narración en la que conflúan datos verídicos con aportes informativos, y todo ello sirviéndose de una metodología y ritmo propios de los relatos imaginarios de otras publicaciones noveladas japonesas. De este modo el manga amplió aun más su ámbito de consumo, llegando a todo tipo de público: amas de casa, trabajadores, estudiantes universitarios, colegiales, jubilados, etc. “*Si antes de la guerra fue, en su forma narrativa, sobre todo un medio para niños, y también para jóvenes desde los años sesenta, hoy han entrado en la ‘generación manga’ los lectores de entonces, ya convertidos en adultos*”<sup>160</sup>.

Desde los noventa y hasta nuestros días la evolución del consumo siguió las pautas de los años anteriores, caracterizados por la masiva diversificación de géneros y temáticas hasta llegar a todo el público potencial y objetivo y a desarrollar campos de expansión con una oferta ilimitada y de gran especificidad. Hoy en día hay infinidad de publicaciones para cada sexo, nivel de edad o profesión.



Sin embargo, en los últimos años la industria ha experimentado un retroceso inesperado. Es cierto que la crisis económica que sufrió el país en la década de 1990 podría haber pasado factura en forma de cierres y suspensiones de aquellos semanarios menos populares, dada la saturación del mercado; pero curiosamente han sido otros productos muy consolidados los que han dado la señal de alarma, en especial cuando se habla de un bien, el manga, con un valor nominal tan bajo que apenas si tiene repercusión en la economía doméstica. La revista Weekly Shônen Jump, líder del mercado japonés, había logrado superar a mediados de los noventa la barrera de los seis millones de

<sup>160</sup> BERNDT, Jacqueline. Op.cit. p. 22.

<sup>161</sup> Fundada en 1968, tenía una tirada inicial de cien mil ejemplares. En 1984 conmovió el mercado al superar la cifra de cuatro millones de unidades vendidas.



113



113

114

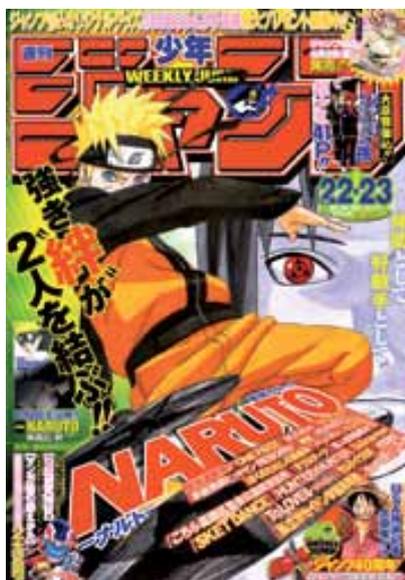
ejemplares por número, cuando hoy no alcanza los tres, manteniéndose en unos índices de tirada propios de principios de los años ochenta<sup>161</sup>. Es cierto que la Shōnen Jump se considera una publicación paradigmática del éxito comercial del manga, pero sus competidoras, con tiradas

115

sólo un poco inferiores, han seguido este mismo descenso. En enero 1995, La Weekly Shōnen Jump alcanzó unas cifras de 6,53 millones de ejemplares vendidos, en gran medida gracias a la popularidad de series tan conocidas como *Dragon Ball*, de Akira Toriyama o *Slam Dunk*, de Takehiko Inoue (fig.113-114). La finalización de ambas series provocó una gran caída en las cifras de ventas, y en 1998 la tirada del semanario apenas superaba los cuatro millones de ejemplares<sup>162</sup>. En diciembre de 2008, por primera vez en once años, la Weekly Shōnen Jump aumentó sus ventas pasando de 2,75 a

2,78 millones de ejemplares vendidos, una cifra muy superior a cualquier publicación de cómic occidental, pero alejada de los niveles alcanzados a mediados de los años noventa (fig.115).

Parece lógico pensar, pues, que esta disminución no es achacable – no exclusivamente – a la crisis económica del país de finales del siglo XX, sino que hay que buscarla en la proliferación de otras alternativas de entretenimiento. Si bien la televisión no había repercutido negativamente en la industria del manga en los años sesenta, se podría afirmar que la expansión de Internet, las cafeterías manga y la generalización de ordenadores, consolas y videojuegos están afectando muy negativamente a unos de los pilares del mercado editorial japonés. Las editoriales, conscientes de la imposibilidad de perpetuar la antigua estrategia de mercado y remontar a



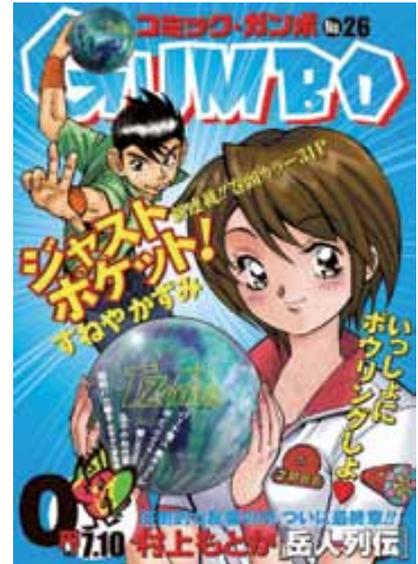
<sup>162</sup> El número de Año Nuevo de 1998 de la Weekly Shonen Jump vendió 4,15 millones de copias, viéndose superada por su principal competidora la Weekly Shonen Magazine, con 4.45 millones de ejemplares vendidos en la misma fecha. Fue la primera vez en 24 años que la Weekly Shonen Jump cedía su liderazgo, y que no recuperó hasta el año 2002.

cifras de ventas de años anteriores, empiezan a plantear nuevas alternativas. En la última década, el aumento de las velocidades de conexión y descarga de internet, la proliferación de las redes wi-fi, la generalización de los ordenadores portátiles y la masiva difusión de teléfonos móviles con capacidades multimedia y posibilidad de conectarse a internet a gran velocidad, han provocado un desplazamiento de lectores habituales de manga hacia estos nuevos medios, que han experimentado un crecimiento espectacular fuera de toda duda. Las editoriales japonesas comienzan a cuestionarse si la diversificación de plataformas para la distribución del manga es la única solución al descenso de ventas experimentado en los últimos años. Los analistas más avezados contemplan con resignación este declive y vaticinan, a largo plazo, la supresión del soporte físico del manga tal y como se conoce y su acceso a un plano puramente virtual, enmarcado en una nueva estrategia de ocio digital: revistas digitales para su descarga desde la red, con multitud de contenidos e interactividad, en lo que sin duda constituye una nueva vuelta de tuerca del manga, cuya forma actual tal vez se extinga, pero no el espíritu de sus historias.

Recientemente, la cadena de televisión NHK emitía un reportaje que se hacía eco de estas nuevas posibilidades. En un mercado editorial en recesión, las ventas de manga específicamente diseñado para platafor-

mas de telefonía móvil, conocidos como *e-comic* o *e-manga*, han experimentado un espectacular crecimiento (fig.116). Las elevadas velocidades de conexión móvil en Japón y la generalización de terminales de última generación con grandes capacidades multimedia - con años de adelanto respecto a los mercados europeo y norteamericano - así como la proliferación de este tipo de usos y descargas entre un sector muy amplio de la población, han contribuido al notable éxito de este tipo de productos. En Japón existe una gran dependencia y uso masivo de móviles o agendas electrónicas avanzadas en la vida diaria, así como en los desplazamientos de millones de personas en los transportes de las grandes urbes, como herramientas para permanecer en todo momento "conectados". A ello se suma, además, la mayor privacidad para el usuario que proporciona la descarga de este tipo de contenidos frente al soporte físico. Muchos cómic manga, que por su contenido erótico no podrían ser disfrutados salvo en la privacidad del hogar, pueden descargarse con total discreción y ser disfrutados en cualquier lugar y momento, facilitando el acceso de los usuarios a ciertos títulos que de otro modo jamás comprarían. Actualmente existen numerosas páginas específicas para la descarga de este tipo de contenidos,





118

así como tarifas planas y ofertas especiales de las diferentes operadoras japonesas, con precios muy económicos, que pueden variar en función de si las imágenes son en blanco y negro o color, y que alcanzan millones de descargas mensuales. Las imágenes, diseñadas para las resoluciones de las pequeñas pantallas de los móviles, aunque de gran calidad, se desplazan con cada pulsación en el sentido tradicional de lectura del cómic japonés (de derecha a izquierda y de arriba hacia abajo) y algunas incluyen sencillas animaciones, movimiento y efectos sonoros. “*El matrimonio entre la tecnología de telefonía móvil y los cómic manga, que son muy populares en todos los grupos de edad en Japón, es una progresión natural en una nación donde la gente ya descarga música, juegos e incluso novelas en sus teléfonos móviles*”<sup>163</sup>. La Editorial Kodansha, que en los últimos años ya había adaptado algunos de sus éxitos

más conocidos para telefonía móvil, aumentó considerablemente su catálogo con la llegada al mercado en 2008 del iPhone de Apple y otros teléfonos con pantallas de gran tamaño y buena resolución, desarrollando páginas especialmente adaptadas para las capacidades multimedia del primero (fig.117). Aunque inicialmente Kodansha sólo comercializa estos e-manga en Japón, la poderosa editorial está considerando la posibilidad de exportar este tipo de productos hacia mercados extranjeros.

Mientras tanto, algunas editoriales más pequeñas empiezan a lanzar al mercado nuevas propuestas en los soportes habituales, pero con una política mercantil diferente. A principios del año 2007, la editorial Dijima lanzó el semanario gratuito Gumbo (fig.118), similar a otras publicaciones equivalentes, aunque con un menor número de páginas, e incluyendo más publicidad<sup>164</sup>

<sup>163</sup> TABUCHI, Hiroko. “Companies offer cell-phone comics in Japan”. *USATODAY.com*.

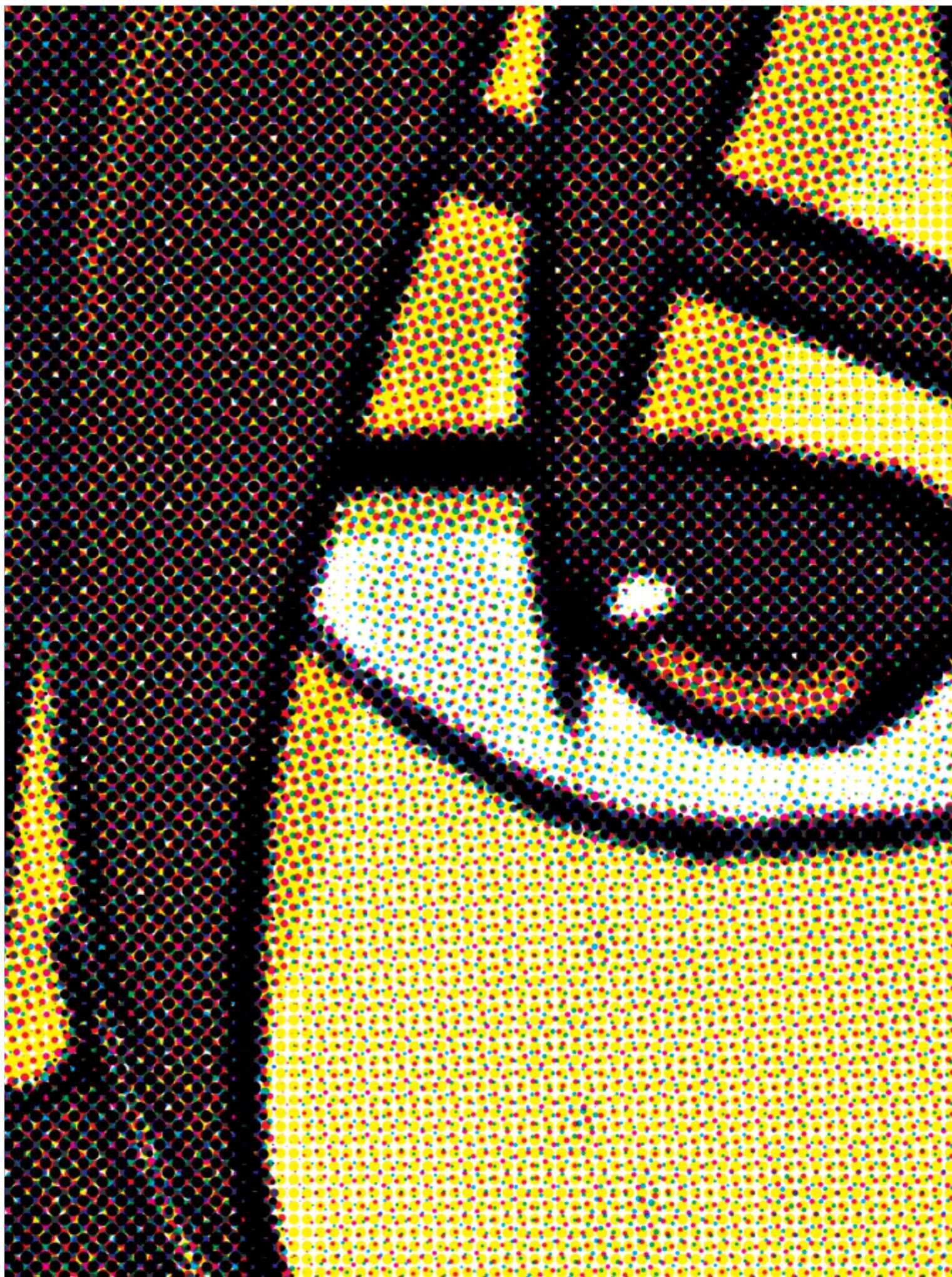
<sup>164</sup> En torno a un 10%, para una publicación de 250 páginas.

para cubrir los gastos de edición y distribución. El éxito inicial de esta iniciativa motivó la rápida aparición de otras propuestas similares en todo el archipiélago japonés. No obstante, apenas un año después del inicio de su andadura comercial, Gumbo desaparecía en diciembre del mismo año, mientras que la joven editorial Dijima se reconocía en bancarrota con pérdidas superiores a los 200 millones de yenes. Parece evidente, pues, que la salida pasa, en buena parte, por la superación del soporte físico y la diversificación hacia nuevos medios.

Otra alternativa estriba en intentar llegar al enorme público europeo y americano, así como a consumidores de otros importantes mercados asiáticos. Las tres grandes editoriales japonesas, conscientes de la imposibilidad de remontar el negocio del manga en su país, han multiplicado sus esfuerzos para entrar en los mercados editoriales extranjeros. En los últimos años se ha normalizado la venta de manga en España y se ha multiplicado el número de editoriales que intentar crear un pequeño nicho de mercado. Las cifras de venta de cómic manga en nuestro país superan ampliamente a las publicaciones de cómic occidental, a pesar de las diferencias de formato y precio. A pesar de todo, sigue siendo un sector minoritario sin comparación posible con el contexto japonés. Por todo ello se intentará, en los capítulos siguientes, realizar una aproximación a esta realidad y analizar

*“los distintos factores que han contribuido, desde el final de la II Guerra Mundial hasta nuestros días, a conducir al cómic japonés hacia las alturas que ocupa hoy día, y a hacer de él un fenómeno que puede o no puede ser motivo de admiración, pero que en ningún caso deja indiferente”<sup>165</sup>.*







definición y  
características

## definición y características

PALABRA VISTA.  
IMAGEN LEÍDA.<sup>1</sup>  
EL MANGA COMO  
MANIFESTACIÓN CULTURAL

A mediados de los años noventa, y durante el transcurso de una entrevista para la televisión, Machiko Satonaka, una conocida dibujante japonesa, acertó a definir el “Manga” con la expresión que encabeza el presente escrito, y lo hizo con inusual brevedad y poética precisión: “*Palabra vista. Imagen leída*”. Esta afirmación va a servir como punto de partida para realizar un recorrido desde la revisión histórica del Ukiyo-e, asumido tradicionalmente como el máximo exponente artístico en Japón, hasta aproximarse a la que por méritos se ha erigido como la primera manifestación cultural nipona en la actualidad: el manga, para así discutir acerca

de las características intrínsecas que la definen y que arrancan desde lo icónico de su naturaleza.

Técnicamente, ‘Manga’ es el nombre con el que se alude al cómic en Japón. Fuera de sus fronteras, y por su singularidad conceptual y características morfosintácticas, define un tipo de narración gráfica única, entendida al margen de sus homólogos europeos y americanos. Si bien en muchos países la palabra inglesa “*comic*” define con precisión el concepto y ha sido asimilada como parte de sus respectivos idiomas, en claro detrimento de las diferentes nomenclaturas autóctonas, el término japonés “*manga*” ha triunfado siempre dentro y fuera de su propio feudo. Es muy probable, por otra parte, que este éxito no se deba tanto a

<sup>1</sup> [*Kono Hito no Kotoba*: Satonaka Machiko; entrevista de 15 minutos para la televisión emitida por la NHK Kyōoku el 6-3-1994] en BERNDT, Jacqueline; *El Fenómeno Manga*; p. 90.



1

lo distinto del concepto (sigue siendo un cómic), como a su capacidad para crear un estilo diferenciado y único, una 'denominación de origen' dentro de la cual conviven una inmensa amalgama de estilos, técnicas, temáticas y tendencias. "Aunque los libros de cómic son extremadamente populares en todo el mundo, aquellos hechos en Japón son reconocidos instantáneamente por la forma en que se divide el espacio pictórico, la estructura compositiva, los gestos y porte únicos de los personajes, y la meticulosa atención prestada a los detalles. Debido

a estas características, el manga se ha convertido en un ejemplo representativo de la cultura japonesa diseminada alrededor del globo" <sup>2</sup>

La palabra manga fue acuñada originalmente por Katsushita Hokusai para referirse a sus colecciones de dibujos y bocetos en tinta china (fig.1), destinadas a sus discípulos y aficionados al dibujo y pintura. Para ello recurrió a dos ideogramas *kanji*, "man"<sup>3</sup>, que significa involuntario o indisciplinado, y "ga", que remite a imagen o dibujo. La unión de estos dos conceptos podría

<sup>2</sup> SUZUKI, Suzu. *The Japan Journal*.

traducirse como “imágenes involuntarias y grotescas” o “imágenes por que sí”<sup>4</sup>. En 1901 el dibujante y caricaturista Rakuten Kitazawa recuperó esta denominación sin mayor pretensión que la de dignificar sus imágenes e historias gráficas frente al nombre *cartoon* o *comic-strips* procedente del inglés. Desde entonces se suele escribir la palabra sólo con sus caracteres fonéticos (ya sea *hiragana* o *katakana*), y no los *kanji*, para privarla del matiz original de Hokusai o de cualquier connotación de lo caricaturesco que remita forzosamente a la tradición del cómic, pasando a definir únicamente al tebeo nipón. El diccionario *Kôjien* de la lengua japonesa lo define, en sus diferentes acepciones, de la siguiente manera: 1- Dibujo sencillo, humorístico y exagerado. 2 - Caricatura o sátira social. 3 - Sucesión de imágenes que constituyen una historia, “cómic”.<sup>5</sup>

Brigitte Koyama-Richard, investigadora y profesora de historia del arte y literatura comparada en la Universidad Musashi de Tokyo, afirma: “El término *manga* ha evolucionado hasta hoy y los únicos que siguen usándolo en Japón son los que nacieron antes de la guerra, que le atribuyen el sentido de ‘historieta satírica de carácter crítico y político publicada en la prensa’. Para la generación posterior esta palabra evoca las estampas de la época Edo y no las historietas. Para referirse a estas últimas todos los editores y libreros utilizan ya el término ‘cómics’, (...).

Paradójicamente, Occidente ha escogido el término ‘*manga*’, que está en desuso en Japón”<sup>6</sup>. Si bien es cierto que en Japón conviven actualmente ambas acepciones para referirse a un mismo producto, cabe matizar las conclusiones de la profesora Koyama-Richard. Así pues, en contra de lo que afirma, el término “*manga*” se sigue utilizando mayoritariamente a nivel popular, independientemente de la edad o el género del ciudadano, para definir el cómic japonés, en detrimento de la nomenclatura inglesa. Más aun, muchos japoneses no distinguen en absoluto entre ambos términos y, al contrario de lo que sucede en el mercado occidental, no establecen una categorización semántica para separar el tebeo nacional de las publicaciones extranjeras y, a menudo, se refieren a todas ellas como “*manga*”. A nivel editorial, tal como apunta Koyama-Richard, tanto libreros como editores suelen utilizar el vocablo inglés *cómic* para referirse al soporte impreso, aunque ello no atañe a las diferencias palpables entre el estilo gráfico y narrativo de las historietas. La palabra *manga* permanece plenamente vigente en el habla cotidiana y muchos de los productos y expresiones derivados de la misma son de uso generalizado<sup>7</sup>. No obstante, lo que más interesa para el presente estudio es su última afirmación, apelando a la “denominación de origen” del *manga* antes referida, responsable de su éxito e independencia en los mercados editoriales occidentales.

<sup>3</sup> Algunos estudiosos, alejándose de la literalidad del término y en un sentido más amplio, han dado en transcribir el étimo “*man*” como “ejecutado con rapidez y ligereza”, en directa alusión a los bocetos de Hokusai.

<sup>4</sup> Frederik L. Schodt (*Manga! Manga! The World of Japanese Comics*) puntualizó que - más allá de la traducción original de *manga* como “bocetos caprichosos” - el ideograma *man* poseía una acepción secundaria que connotaba “moralmente corrupto”. Este hecho motivó, en gran medida, su traducción como “dibujos irresponsables”, y que la palabra *manga* adquiriese una connotación negativa en lengua inglesa.

<sup>5</sup> KOYAMA-RICHARD, Brigitte. *Mil Años de Manga*. p. 7.

<sup>6</sup> *Ibid.*

La importancia del tebeo Manga en Japón estriba en dos factores fundamentales: su poder como motor económico y la gran influencia que ejerce en el conjunto de la sociedad. Si se compara con cualquier otro mercado occidental – incluso con Estados Unidos o Francia – las cifras de ventas son infinitamente superiores y genera unos beneficios astronómicos inimaginables desde la perspectiva europea. En Japón es habitual que una revista manga de éxito venda millones de ejemplares a la semana, pero lo más sorprendente, en comparación con la dinámica editorial europea y española, es que existen simultáneamente cientos de títulos que superan ampliamente las cifras de ventas que en el mercado occidental se considerarían extraordinarias<sup>7</sup>. Además, su factor de influencia social viene determinado en gran medida por su capacidad de transformar otros medios o disciplinas artísticas, como el *anime* – gran parte procede de adaptaciones de manga de éxito – la publicidad, el cine, la moda, la pintura, el diseño, la decoración o la literatura. “Precisamente por su alcance popular, afectan a una diversidad de audiencias más amplia, y de muchas más maneras de lo que han sido capaces otras manifestaciones de la alta cultura. En otras palabras, (...) se revela como un fenómeno cultural digno de ser tenido en muy en cuenta, tanto sociológica como estéticamente”<sup>9</sup>.

Esta diversificación ha posibilitado su integración en todos los

estratos sociales, independientemente de la condición económica, profesión, el sexo o la edad. “Además, el anime – y el manga – es una manifestación cultural popular que se construye, claramente, sobre una tradición más elevada. Este medio no sólo manifiesta influencias de las artes tradicionales japonesas (...) sino que también hace gala de la tradición artística universal de la fotografía y el cine del siglo XX. Finalmente, los temas que explora, a menudo de un modo sorprendentemente complejo, son familiares a los lectores de la literatura “elevada” de nuestros días y del público del cine contemporáneo de calidad”<sup>10</sup>. Por otra parte, y al contrario de lo que ocurre en la mayoría de los países occidentales, donde tebeo y animación van casi inevitablemente asociados a un público exclusivamente infantil, en Japón existe una elaborada red de editoriales, publicaciones, géneros y temáticas, para satisfacer la demanda de todo el espectro social.

Durante décadas, la consideración infantil del cómic en los mercados europeo y norteamericano dificultó la exportación del manga fuera de Japón, y ralentizó la progresiva implantación del mismo más allá de sus fronteras. Cuando no se censuraba achacando un desmedido gusto por la violencia y el sexo - una afirmación a menudo injustificada - no se comprendía que un producto, a priori para niños, se pensase para un público adulto, al no existir una diferenciación objeti-

<sup>7</sup> Sirvan de ejemplo palabras y expresiones como mangaka (dibujante de manga), mangaya (librería de manga) o e-manga (apócope de electronic manga, empleado para referirse a los tebeos electrónicos pensados para su visionado en teléfonos móviles y dispositivos portátiles).

<sup>8</sup> No sólo en España, donde las cifras son comparativamente, muy modestas, sino cotejándolas con el mercado estadounidense, donde un tebeo de éxito de la editorial de cómics Marvel o DC, situado en el “top ten” y de periodicidad mensual, tiene unas cifras de ventas comprendidas entre los cien mil y los trescientos mil ejemplares.

<sup>9</sup> NAPIER, Susan J. *Anime. From Akira to Howl's Moving Castle*. p. 4.

<sup>10</sup> *Ibid.*

va de públicos. “En occidente el manga fue, y aún es, susceptible de ser infravalorado por partida doble: por ser japonés, y por tratarse de tebeos”<sup>11</sup>. Los prejuicios no se dirigen sólo hacia el producto en sí, sino también hacia el lector objetivo de este tipo de publicaciones, a menudo sin cuestionarse el éxito millonario en el mercado editorial nipón o profundizar en la calidad final del artículo. En 1987 *The Wall Street Journal* aún ridiculizaba al empresariado nipón afirmando que “los hombres adultos de Japón todavía leen cómics y tienen fantasías”<sup>12</sup>.

#### CARACTERÍSTICAS MORFOLÓGICAS. LA PROFESIÓN DE MANGAKA.

Los manga suelen publicarse como semanarios, a menudo con más de 400 páginas, y en ellos se aglutinan obras de decenas de autores distintos, quienes publican un capítulo diferente cada semana. Una colección puede tardar años en completarse, y si bien su duración viene determinada casi siempre por la acogida del público, una vez concluida una colección, puede llegar a reunirse en más de cincuenta tomos recopilatorios con cientos de páginas cada uno. De hecho, si una serie no halla el agrado y apoyo de los lectores suele desaparecer al cabo de unas semanas. La elección de las publicaciones no siem-

pre se realiza atendiendo a criterios de calidad artística, sino fundamentalmente por cuestiones económicas. El interés y acogida de los lectores se tiene en cuenta en todo momento, a través de diferentes sondeos y cuestionarios de opinión, instándoles a participar en encuestas postales a cambio de pequeños incentivos como regalos o *merchandising* de las series más populares. Este tipo de manga narrativo domina el sector desde mediados de los años sesenta, cuando se diversificó la oferta de publicaciones semanales, aunque la palabra manga abarca un abanico bastante más amplio, con publicaciones en periódicos, educativas o el ámbito de la alta literatura.

La profesión de dibujante de manga es dura y llena de altibajos. Al ya de por sí competitivo mercado laboral japonés se añade la alta especialización profesional demandada por la grandes corporaciones niponas, la dificultad para destacar en un medio editorial saturado y la baja consideración social que ostenta en Japón la profesión de *mangaka*. “Muchos estudiantes se suman a las empresas directamente desde las universidades. (...) Rehuir este sistema y lanzarse al mundo del manga como creador es muy arriesgado, las perspectivas laborales son escasas para un artista de manga fracasado”<sup>13</sup>. En una nación donde el trabajo es un deber así como un motivo de orgullo, y estar desempleado rebaja a las personas a la consideración de parias, re-

<sup>11</sup> GRAVETT, Paul. *Manga. La Era del Nuevo Cómic*. p. 8.

<sup>12</sup> *Ibid.* p. 9.

<sup>13</sup> *Ibid.* p. 16.

<sup>14</sup> Las publicaciones en los semanarios apenas reportan beneficios para los autores. El verdadero negocio reside en las regalías que perciben por las compilaciones en tomos recopilatorios. Rumiko Takahashi, que acumula varias publicaciones de gran éxito, llegó a posicionarse entre las diez personas más ricas de Japón, a tenor de sus suculentos ingresos anuales.

sulta complicado emprender una carrera profesional sin garantías de éxito y que ha de consumir muchos años de la vida de un dibujante novel. Un fracaso no sería visto con buenos ojos por parte de la familia, las potenciales empresas y el conjunto de la sociedad. El empresariado japonés preferirá contratar a otros aspirantes más jóvenes y con una formación más específica y acorde con la plaza ofertada.

Existen dibujantes de manga japoneses de gran reconocimiento internacional que ostentan grandes fortunas<sup>14</sup>, pero son una minoría insignificante en comparación con el grueso de los profesionales que desarrollan su actividad en todo el país<sup>15</sup>. Hoy en día hay miles de *mangakas* en Japón dedicados a esta actividad; la mayoría trabajan como ayudantes y aprendices de un dibujante más reconocido que esté seriando una publicación en una revista de manga nacional (fig.2). Algunas modernas publicaciones estadounidenses y europeas incluyen junto al dibujante o el responsable del proyecto los nombres de los colaboradores que han cooperado en el desarrollo del mismo. En las publicaciones manga figura únicamente el nombre del autor, mientras que los restantes participantes y ayudantes permanecen en el anonimato. Es una profesión ingrata y sin garantías de recompensa. “La competencia es despiadada, (...), la mayoría sobrevive a duras penas. Suelen trabajar de ayudantes de un mangaka conocido y algunos

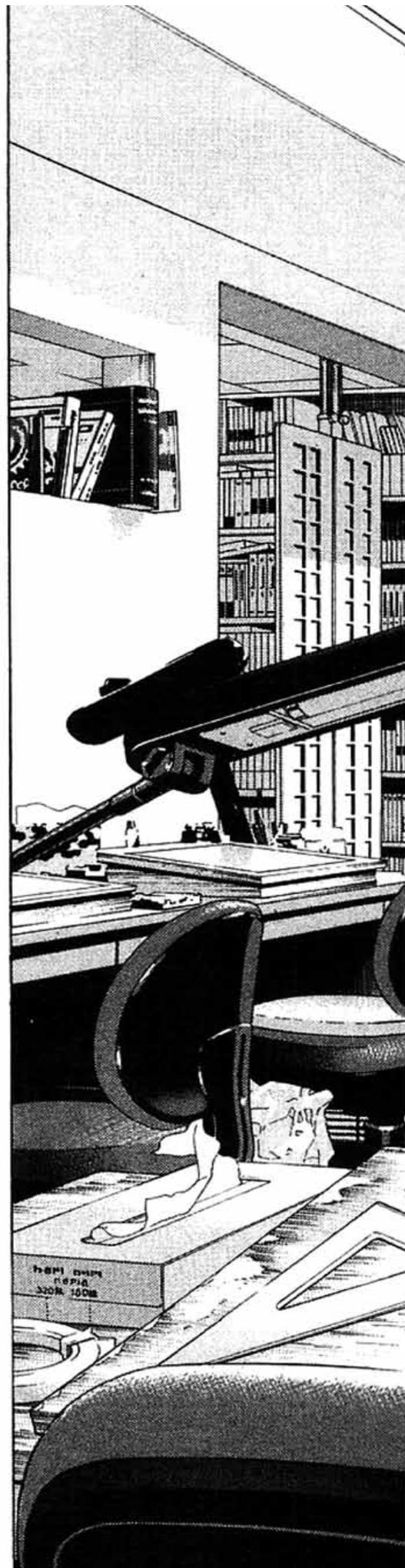
terminan por crear sus propias obras, pero lo más normal es que permanezcan a la sombra de su maestro durante toda su carrera”<sup>16</sup>. La estructura, muy jerarquizada y similar a los antiguos talleres de artesanía tradicional, establece categorías de aprendices y ayudantes bajo la tutela del maestro. “(...) *Artistas en una tierra donde los términos ‘artista’ y ‘artesano’ son intercambiables, el único país donde el arte industrial se mezcla casi siempre con el gran arte*”<sup>17</sup>. En ocasiones, algunos artistas que se formaron profesionalmente como ayudantes pueden tener la oportunidad de demostrar su valía y talento desarrollando un manga propio para un semanario de gran tirada de una importante Editorial. No obstante, en un país y un mercado donde este tipo de oportunidades son excepcionales, una baja acogida por parte del público supondrá no sólo la cancelación de la serie, sino que, probablemente, este dibujante permanezca como ayudante el resto de su carrera. En la actualidad, el período formativo de un *mangaka* todavía responde a la estructura empresarial japonesa clásica, característica de las décadas de 1970 y 1980, y se asemeja al aprendizaje de los gremios medievales. Apenas existen *mangakas* que se formen independientemente y al margen del sistema. Un joven artista desempeñará todo tipo de cometidos, desde los más sencillos, e irá progresando hasta alcanzar el título de maestro. “Equivale al aprendizaje de las artes marcia-

2 Pag. siguiente: Tsugumi Ôba y Takeshi Obata, “Bakuman” (2008).

<sup>15</sup> Las historias de más éxito suponen menos de un diez por ciento de la producción de manga. Se estima que actualmente existen más de tres mil mangakas profesionales en Japón.

<sup>16</sup> KOYAMA-RICHARD, Brigitte. Op.cit. p. 161.

<sup>17</sup> VON SEIDLITZ, Woldemar y AMSDEN, Dora. *Ukiyo-e. Grabados Japoneses*. p. 207.





3DKだったのを  
壁ぶち抜いて  
1DKにしたらしい

ヒューツ  
思ったより  
広いな

les. No es posible aprender de manera autodidacta (...). Sólo se puede aprender estudiando con un *sensei*. Un aprendiz recorrerá el camino profesional que va desde realizar las tareas más nimias hasta alcanzar el más elevado estatus profesional como editor”<sup>18</sup>.

Por lo general, el proceso de creación de un manga interviene, además del autor y sus ayudantes, un editor, que participa y colabora junto con el artista desde los estadios iniciales del desarrollo de la obra. Sólo cuando la línea argumental y los personajes están perfilados y cuentan con la aprobación del editor, el equipo artístico inicia el trabajo. Los ayudantes, bajo la supervisión del maestro, son responsables de diferentes actividades como abocetado, entintado, desarrollo de fondos o colocación de tramas. La aportación final de artista varía considerablemente de unas publicaciones a otras. “En la época Edo la estampa era un trabajo de equipo entre el pintor, el grabador, el impresor y el editor. La situación no ha cambiado nada. Un manga no puede ser un superventas sin un editor competente que sepa impulsar y orientar a su autor hacia la vía del éxito”<sup>19</sup>. Las entregas semanales obligan a los autores a trabajar muchas horas durante jornadas intensivas. Los plazos son inamovibles, y al contrario de lo que sucede con algunos homólogos europeos y americanos que pueden sobrellevar sus respectivas publicaciones con cierta laxitud tradicionalmente

atribuida a su faceta artística, la labor del *mangaka*, entendida como una profesión más dentro de un país consagrado al trabajo, exige puntualidad y constancia todos los días del año. Duermen pocas horas, apremiados por los plazos de entrega y por la angustia que genera el saberse titulares de un éxito a menudo perecedero. La labor última de un editor, que tutora a unos pocos *mangakas*, es la de aconsejar y apoyar a los artistas bajo su tutela. Con el paso del tiempo, a parte de servir de vínculo entre la editorial y el autor, puede terminar por convertirse en ayudante, ama de casa, sicólogo y a amigo de este. Algunos editores continúan con un *mangaka* a lo largo de toda su vida profesional, desde sus inicios y primeras obras hasta su consagración como artista de primer nivel.

Los semanarios japoneses difieren totalmente del concepto de cómic que se comercializa aquí, y pueden sorprender enormemente en varios aspectos a todo aquel que no esté familiarizado. Frente a los formatos editoriales occidentales, como los *comic-book*, los tebeos americanos, o los álbumes de tapa dura o blanda, las publicaciones japonesas - llamadas *mangashi* - son periódicas, como enormes guías telefónicas, impresas con muy mala calidad, preferentemente en blanco y negro, sobre papel muy barato o reciclado, con una alta proporción de fibras de madera, que puede ser de varios colores (fig.3-4). Los primeros *comic-book* estadounidenses, apa-



<sup>18</sup> GRAVETT, Paul. Op.cit. p. 17.



recidos en la década de 1930, constaban de sesenta y cuatro páginas impresas con cuatricromía. A medida que fue evolucionando el mercado y aumentaron los costes de producción, los editores mantuvieron el mismo precio, en detrimento del número de páginas, que se vieron reducidas a un máximo de treinta y dos a mediados de los años cincuenta. Este formato terminó por convertirse en un estándar, vigente en la actualidad. En las décadas siguientes el precio de estos *comic-book* se incrementó progresivamente, hasta los dos o tres dólares de hoy en día, al tiempo que aumentó el número de páginas destinadas a publicidad. Las *mangashi* japonesas incluyen hasta veinte historias distintas de diferentes autores, publicadas por entregas de periodicidad semanal o mensual, dependiendo de la revista. Cada capítulo semanal suele tener una extensión de quince o veinte páginas. Algunas ediciones especiales o conmemorativas, con un precio ligeramente superior, pueden superar las mil páginas.

Estas revistas se pueden encontrar a la venta en casi cualquier tipo de establecimiento: librerías, supermercados, quioscos, bazares, gasolineras o centros comerciales, por un precio realmente bajo, tanto que se han convertido en un producto de usar y tirar similar a los periódicos. Desde principios de la década de 1990 se han popularizado las cafeterías-manga, *mangakissa*<sup>20</sup>, que almacenan multitud de publicaciones, y donde el consumidor, a cambio de una tarifa por horas, puede acceder a los fondos bibliográficos del local. Las *mangakissa* proliferaron espectacularmente en los últimos años, a pesar del enfrentamiento sostenido con la industria editorial japonesa. Por un módico precio un cliente puede degustar un café, mientras se conecta a internet y disfruta de una enorme selección de títulos de manga. A tenor de lo expuestos por muchas editoriales, cada pequeño tomo de manga puede ser leído una media de cien veces por los lectores, bajo un modelo de negocio que no les reporta ningún beneficio eco-

3\_Pag. siguientes: Tsugumi Ōba y Takeshi Obata, "Bakuman" (2008).

<sup>19</sup> KOYAMA-RICHARD, Brigitte. Op.cit. pag. 164.

<sup>20</sup> El término mangakissa es el resultado de la contracción de la palabra manga y kissaten, que significa cafetería.

nómico - que recauda íntegramente la cafetería - y frente a la ausencia de una regulación seria acerca del usufructo de este material. La natural instalación del manga como parte de la vida cotidiana japonesa provoca que este tipo de situaciones se produzcan con relativa naturalidad. En España resultaría inconcebible que una cafetería permitiese leer cientos de libros y cómics gratuitamente a sus clientes sin que saltasen voces de queja y alarma entre las editoriales responsables de los mismos; sin embargo, se ve con naturalidad el que las cafeterías cedan sin coste alguno los periódicos del día para que puedan ser leídos por los clientes mientras se toman un café. En el marco de la sociedad japonesa, el manga se percibe como algo mucho más cercano, próximo a lo que aquí se entendería por un periódico y alejado del halo elitista de las publicaciones editoriales como libros o cómics.

“Aún hoy, la mayoría de los mangas se imprimen en blanco y negro, en papel de escasa calidad, y constituyen con frecuencia un grueso volumen que se lee en un par de horas. Muchas personas los leen en el tren, de camino al trabajo o a la escuela, y allí los dejan al terminarlos. No es raro ver a un pasajero subir a un vagón, coger un manga abandonado y leerlo”<sup>21</sup>. Así, una publicación de las grandes editoriales, con más de cuatrocientas páginas, costará entre doscientos y trescientos yenes<sup>22</sup> (dos euros); en cambio, el precio de

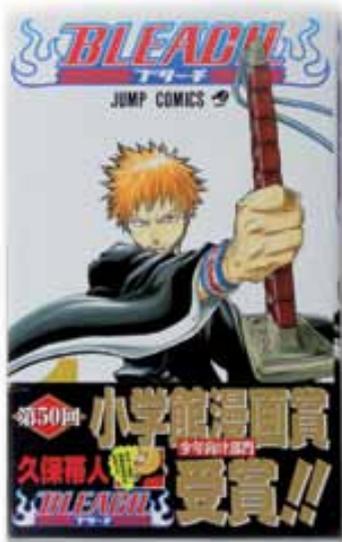


un *comic-book* americano de las editoriales DC o Marvel, con 32 páginas impresas a color, de las cuales un tercio es publicidad, es de dos o tres dólares. Es curioso, no obstante, el bajo índice de publicidad insertada en las revistas, que raramente superan las cuatro o cinco páginas (de un total de cuatrocientas). La baja calidad del papel y de los pigmentos empleados, así como el enorme abaratamiento de los sistemas de impresión, dan como resultado unas publicaciones gruesas, de aspecto tosco y mal acabado, donde la tinta, aun fresca, les confiere un olor característico (fig.5). Es habitual terminar con los dedos ennegrecidos por la tinta con el paso de las hojas.

Conviene recordar, por tanto, que la verdadera naturaleza comercial del manga es la servir como producto de consumo masivo, barato y popular. El manga en España, con sus elegantes

<sup>21</sup> WIEDEMANN, Julius (Ed). *Manga*.

<sup>22</sup> A mediados del año 2009, el precio de venta de la revista Weekly Shōnen Jump era de 250 ¥; el de los semanarios Shōnen Magazine y Shōnen Sunday ascendía a 260 ¥.



6\_Tomos en formato tankôbon y kanzenban de Bleach (Tite Kubo, 2001) y Rorouni Kenshin (Nobuhiro Watsuki, 1994) respectivamente.

coleccionistas – buena impresión y portadas a todo color – propias de un producto para coleccionistas – poco o nada tiene que ver con la realidad japonesa. “La mayoría de los millones de lectores de manga son consumidores esporádicos que siguen una historia porque les resulta fácil de encontrar. (...) Hay un sector, más reducido pero versátil, que adora el manga y pone más entusiasmo por encontrar y conservar las obras de su agrado, independientemente de su prestigio y popularidad”<sup>23</sup>; los coleccionistas especializados, expertos y *otakus* (fans obsesivos) constituyen nichos demográficos mucho más exclusivos. Los gruesos semanarios, tanto por la baja calidad de la impresión como por su gran tamaño no están concebidos para ser atesorados en los hogares. Allí, en medio de la vorágine de títulos, son sólo unos pocos éxitos indiscutibles los que gozan de una

reedición en formato lujo (tapa dura) o *tankôbon*, en formato de bolsillo (11,5 x 17,5 cm), con tapa blanda y papel de calidad. Fue en los años ochenta cuando se generalizó la reedición de clásicos de décadas anteriores. Hoy no es extraño encontrar en las secciones especializadas de las librerías un manga de los años cuarenta o de Tezuka, al lado del último éxito comercial de una importante editorial. Lo normal es que los grupos más potentes (como la Shôgakukan, Shueisha o Kodansha) publiquen inicialmente una segunda reedición de sus manga de éxito en formato *bunko* (10,5 x 15 cm), con una tirada de medio millón de ejemplares y a un precio aproximado de tres euros; si la iniciativa tiene éxito reincidirán con una nueva publicación, esta vez en tapa dura (15 x 21 cm) o con una cubierta en papel especial de alto gramaje, y con una portada inédita y algunas ilustraciones a color, en torno a los cincuenta mil ejemplares y a un precio de coleccionista (entre seis y ocho euros). Esta edición limitada y lujosa recibe el nombre de *kanzenban* (fig.6-7). Las diferencias formales existentes entre el soporte empleado para comercializar el manga japonés y el cómic estadounidense son evidentes a simple vista, incluso para un lector poco experimentado. Contrariamente a las ediciones de grapa americanas, los manga japoneses, tanto en los semanarios como en las recopilaciones en tomos *tankôbon*, se presentan como gruesos volúmenes de cientos de páginas.

<sup>23</sup> GRAVETT, Paul. Op.cit. p. 14.

El doble ganador del Premio Booker<sup>24</sup> de Literatura Peter Carey evidenció esta notable diferencia en la dimensión formal del manga al afirmar, con acierto e ironía, que “*un tebeo es una cosita frágil, y el manga, un peso de otro calibre. (...) Aunque yo ya sabía que los tebeos japoneses se llamaban ‘manga’, creía que un tebeo era un tebeo comoquiera que lo llamaras. (...) Poco a poco comencé a comprender que me equivocaba*”<sup>25</sup>.

Frente a este panorama editorial, Europa representa un esquema de mercado muy diferente, donde el cómic goza de un halo elitista que le es ajeno al consumidor del resto del mundo. De este modo, los cómics se publican con abundancia de medios técnicos y buenos acabados, ediciones especiales muy lujosas, relativamente caras y con pretensiones bibliófilas, destinados mayoritariamente a un público joven y adulto con alto poder adquisitivo. Lo más parecido que existe en Japón a esta modalidad europea son los libros de ilustraciones, consistentes en un conjunto de dibujos aislados de los personajes de moda, realizados por sus autores. Estas publicaciones sí responden a unos estándares de calidad a gusto del consumidor occidental: imágenes a todo color, en papel *couché*, ocupando toda la página a modo de fotografías, titulares o portadas, a menudo con los protagonistas caracterizados según la moda actual, y donde predomina una mayor libertad artística y originalidad técnica.



7\_Tomos en formato tankōbon del volumen 23 de Bleach (Tite Kubo, 2001) en su edición española (Glénat) y japonesa (Jump Comics).

Conviene recordar que raramente los dibujantes japoneses se reconocen como artistas, y que, por tanto, uno de los remanentes más claros del Ukiyo-e en el manga contemporáneo es, sin duda, su desvinculación de los artículos artísticos selectos y exclusivos.

Aunque venga determinado mayoritariamente por una cuestión comercial, el acabado “blanco y negro” del manga se ha convertido por tradición y técnica en un recurso formal característico. En realidad, sería mucho más apropiado decir que es monocromo, porque se emplean otros colores para su impresión (rojo, sepia, verde o azul), pero el uso generalizado del negro está más extendido (fig.8). De hecho, el *Hokusai Manga* original había sido dibujado con tinta china, por lo que el dibujo actual, con su dominio de la línea y la masa, se ha asociado irreversiblemente

8\_Hayao Miyazaki, “Kaze no tani no Naushika” (Nausicaä del valle del viento, 1982). La edición japonesa del cómic se comercializa en tonos sepia. >>

<sup>24</sup> Ganador en 1988 con la novela Óscar y Lucinda. En 2001, con La Verdadera Historia de la Banda de Kelly, Peter Carey se convirtió en el segundo autor, tras J. M. Coetzee, en ganar el premio Booker.

<sup>25</sup> CAREY, Peter. *Equívocado sobre Japón. El Viaje de un Padre y su Hijo*. p. 10-12.



al negro. “Un mundo en blanco y negro parece el manga (...) estructurado desde luego como narración, organiza al mismo tiempo una imaginaria simultánea, (...) Muchos han elogiado el manga como la nueva literatura de actualidad, pero es que además pertenece también al mundo de la imagen”<sup>26</sup>. Sólo las cubiertas o, excepcionalmente, unas páginas introductorias al comienzo del tomo se imprimen a todo color. Hoy por hoy, las publicaciones japonesas de cómic concebidas para cuatricromía son tan escasas como los autores que las cultivan (fig.9).



#### EL CARÁCTER ICONOGRÁFICO DEL MANGA. LA SUPREMACÍA DE LA IMAGEN.

Una de las premisas por las que se define el manga es, sin duda, por su naturaleza icónica, arraigada en su propio idioma, representado mediante ideogramas *kanji* y dos sistemas silábicos distintos, y en la tradición artística de muchos siglos pasados. Muchas veces no existe una correlación visual entre los ideogramas y el concepto que representan. Incluso en aquellos pictogramas cuyo origen arcaico radica en la enajenación de un referente visual reconocible, no se representan los objetos de forma realista, sino como símbolos abstractos mediante trazos y pinceladas, al igual que sucede

en el cómic (fig.10). “Quizás porque la escritura implica para los japoneses la creación de símbolos, y la lectura implica la decodificación de dichos símbolos, exista por su parte una disposición a aceptar la simbolización integral de los cómics”<sup>27</sup>.

En el Ukiyo-e la incursión de texto parecía ir siempre subordinada a la imagen, hasta el punto de desaparecer por completo, cediendo todo al protagonismo a la propia narratividad de los dibujos. “Japón es un país tradicionalmente más pictocéntrico que las culturas occidentales, como se pone de manifiesto en el empleo de ideogramas, y el manga y el anime encajan fácilmente en la cultura visual contemporánea. Se usan en la educación, la moda y, por supuesto, la publicidad”<sup>28</sup>. Esta afirmación de S. Napier parece

9\_Masami Kurumada, “Saint Seiya Next Dimension Meiō Shinwa” (Saint Seiya Next Dimension, 2006). Publicada íntegramente en cuatricromía.

10



<sup>26</sup> BERNDT, Jacqueline. Op.cit. p. 91.

<sup>27</sup> GRAVETT, Paul. Op.cit. p. 18

<sup>28</sup> NAPIER, Susan J. Op.cit. p. 6.





13

chocar en muchos aspectos con la tradición visual de Occidente, arraigada en Grecia, al tiempo que contradice la no primacía de la vista sobre los otros sentidos propia de las culturas orientales. En muchas culturas orientales el oído y el tacto son tanto o más importantes que la visión. Quizás esta aparente contradicción pudiera explicarse por la singular unión de lo antiguo y lo moderno que convive en Japón. Desde la perspectiva de un occidental, y atendiendo a nuestros cánones, Japón es el único país del sudeste asiático plenamente desarrollado. Es cierto que su tradición cultural, construida en torno a la multiplicidad religiosa de siglos de budismo, sintoísmo

y taoísmo – no presentes de manera aislada en los individuos japoneses contemporáneos, pero sí en su filosofía y celebraciones – determina la no primacía de la vista sobre los otros sentidos, pero sólo en su faceta más tradicional<sup>29</sup>. Por otra parte, Japón representa, con matices, muchos de los elementos de la sociedad capitalista contemporánea, aun con sus peculiaridades, lo que resulta cada vez más visible a través de la progresiva inserción de sus ciudades y sus gentes en el sistema de valores posmoderno: presentismo, instantaneidad y primacía absoluta de la imagen, desde su apología y defensa a ultranza de axiomas como “lo visual” o “lo inmediato”. La visión actúa como un catalizador para los demás sentidos: Ginza 4chome, las estructuras arborescentes de los templos (fig.11-12), el metro, los letreros luminosos, las azafatas y repartidoras de publicidad, los manuales de aparatos electrónicos, etc. Japón constituye el paradigma de la civilización de la convivencia y el consumo de la imagen que, a través del manga, renueva su tradición visual más prestigiosa.

Es muy posible que la naturaleza visual del manga se explique no por su tendencia a presentar sino a representar. La manera de entender el manga y el anime nace de la propia concepción de los *hanga* del siglo XIX, sobre todo si se compara con el consumo de la fotografía – en muchos casos erótica – que llegaba de occidente y que, sin embargo, no resultaba del total agrado del

<sup>29</sup> “En Japón todas las formas religiosas sufrieron insurrecciones graves y transcendentales y, a pesar de que la religión sigue considerándose como una fuerza de la vida, su naturaleza fundamental padeció enormes cambios. Los pensamientos religiosos se muestran por doquier alienados, secularizados y banalizados. Se les ha obligado a abandonar su posición central en la vida”, en VON SEIDLITZ, Woldemar y AMSDEN, Dora. Op.cit. pag. 117.



14 público japonés, acostumbrado a las idealizadas imágenes de los grabados y al recato frente al exhibicionismo como estimulante del deseo (fig.13-14). Para entender la distancia que separa esta realidad de la fotografía europea respecto a la de la xilografía japonesa, se puede extrapolar desde la interpretación que el escritor y crítico japonés Kenji Satô hace de la popularidad del anime y del manga en Japón. Hablando del gran éxito alcanzado en su país por el cine de animación, frente a las películas representadas por actores reales, expuso que “cada vez son más las personas acostumbradas a la falta de realismo visual de los dibujos animados, y que se prefieren a la realidad de carne y hueso de la acción real. Sin embargo, no es nada novedoso si contemplamos el panorama desde la tradición artística de la xilografía, donde la estilización y simplificación permitía al diseñador dar forma a los sueños y

realidades de los compradores. El dibujo frente a la fotografía, la animación frente al cine de actores, en el pasado y en la actualidad suponen la explotación, creación y selección de lo que es atractivo, y la fascinación de lo irreal. Esta enraizada tradición de ver y representar la realidad sin duda ha contribuido a la gran popularidad del manga y la animación en Japón”<sup>30</sup>.

“Los lectores acuden al manga para experimentar indirectamente el tipo de historias ‘visuales’ que el público occidental espera de las películas”<sup>31</sup>. La animación japonesa, ya sea por medio de adaptaciones *anime* de obras manga de gran éxito y popularidad, o a través de creaciones originales para cine y televisión, factura anualmente más de la mitad de los ingresos de la industria cinematográfica. Algunas producciones de animación del prestigioso Studio Ghibli se encuentran entre las diez películas más taquilleras de la historia de Japón, rivalizando y superando a las producciones norteamericanas más afamadas. Durante la década de 1970, cuando la industria del cómic estadounidense y europeo afrontaba una grave crisis y un descenso significativo de las cifras de ventas, en gran medida por el auge de cine y televisión, el mercado japonés del manga experimentó un crecimiento sin precedentes. El mayor consumo de cómics y la generalización de la televisión en los hogares nipones contrastaban con el progresivo descenso de asistencia a los ci-

<sup>30</sup> [SATÔ, Kenji; Más animados que la vida. Visión crítica de los dibujos animados japoneses; Cuadernos de Japón, Vol XI, nº1, invierno, 1998, p. 43, Interedit. Circulo Internacional de Editores; Tokio] en CABAÑAS MORENO, Pilar. “Marco histórico, origen, desarrollo y significado de la xilografía japonesa”. *Hanga. Imágenes del mundo flotante*. p. 28.

<sup>31</sup> GRAVETT, Pau. Op.cit. p. 98.

nes en Japón, consolidando una tendencia que, a día de hoy, aun no se ha invertido. En la década de 1990, cuando los semanarios y revistas manga alcanzaban cifras históricas de ventas superiores a los seis millones de ejemplares cada semana, sus beneficios triplicaron a los del mercado cinematográfico. Del mismo modo, para algunos investigadores, el manga dirigido a un público adulto contribuyó a llenar el vacío de la literatura de ficción realista, que había iniciado un marcado declive desde finales de la posguerra nipona; revitalizada en la actualidad, se nutre de muchos de los elementos de la cultura pop japonesa, capitaneada por el manga y *anime* contemporáneos. “El manga ofrecía una nueva forma de expresión, ya que mostraba de forma creativa y artística hasta las emociones humanas más básicas, transformándolas en historias de gran fuerza dramática”<sup>32</sup>.

La investigadora Jacqueline Berndt<sup>33</sup> cuestiona el planteamiento de algunos críticos japoneses cuando afirman, en alusión a su sociedad actual, la primacía de lo icónico en el manga referido a la tradición cultural del entendimiento sin palabras, según lo cual la comunicación hoy no se desarrollaría en forma de sentencias verbales, de términos portadores de significados, sino por mutuas alusiones y la gestualidad del lenguaje. Berndt plantea que esa comunicación visual, no verbal, sólo es posible en tanto en cuanto los participantes tengan cón-

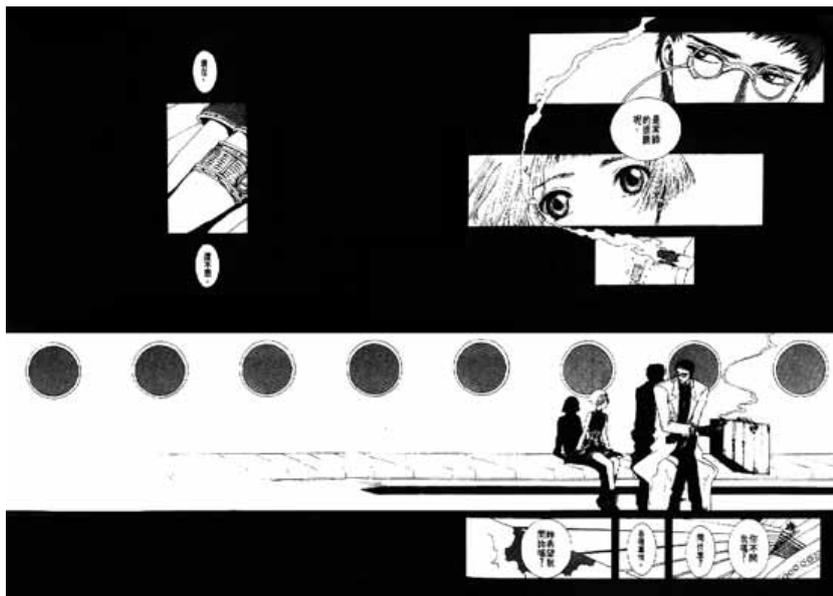
gos y contextos comunes, y se pregunta, precisamente, acerca de la pervivencia de estos factores en el Japón actual; o lo que es más importante para el objeto del presente estudio, si esta comunicación icónica del manga no resulta inaccesible, al menos en buena parte, al lector occidental, ajeno a los sistemas de representación nipones. En este punto, Berndt alude a la dicotomía que Lévi-Strauss establece entre “*cartesianismo de la percepción*”, aplicable al caso nipón, y “*cartesianismo de la noción*” (occidental), según lo cual, un ciudadano japonés no definiría su subjetividad primordialmente como individuo aislado, sino vinculado a grupos y roles definidos en la sociedad, y que el significado de los signos que estos emplean se constituirían en referencia a otros signos abstraídos de la realidad concreta por vía icónica.

El significado se construye, pues, por medio de la expresión icónica que, mediante la exposición simultánea de otros elementos, presenta una totalidad; y no sólo por medio de la vía verbal discursiva, enfilando de manera sucesiva pensamientos y palabras. Atendiendo a lo anterior, y en lo tocante a la especificidad del manga, se enfatizará en “*esa manera icónica de narrar y de leer, esos saltos adelante y atrás, esa lectura circular que retorna una y otra vez a lo precedente*”<sup>34</sup>.

<sup>32</sup> Ibid. p. 98.

<sup>33</sup> BERNDT, Jacqueline. Op.cit. p. 86-87.

<sup>34</sup> Ibid. p. 86-87.



15\_CLAMP, "Clover" (1997).

#### CARACTERÍSTICAS FORMALES Y CONCEPTUALES DE LAS HISTORIAS DEL MANGA

¿A qué es debido el éxito del manga? En las páginas anteriores se ha realizado una aproximación a la realidad cotidiana del manga desde factores económicos, como la importancia del mercado, la sociedad contemporánea y hábitos de consumo, al tiempo que se trataba de entender la naturaleza icónica de este medio, determinada por la tradición y la propia identidad cultural japonesa. En adelante se tratará de analizar los diferentes factores que tienen que ver con la realización física del manga, con sus características conceptuales y formales.

La mayoría de la crítica suele convenir que el interés del manga estriba en la consecución de

cuatro logros fundamentales<sup>35</sup>: la superación del infantilismo en el cómic con la introducción de temas adultos; definir un sistema de signos genuino y totalmente reconocible, que no remite a ningún realismo icónico (ambas cuestiones ya fueron abordadas por la obra pionera de Osamu Tezuka); la correlación palabra-imagen, y el arte de la pausa. Este último podría definirse como el juego con el vacío característico del lenguaje del manga, en el que el propio vacío y la representación simultánea de una misma acción desde varios puntos de vista – en vez de una secuencia rápida – determinan el desarrollo de la narración (fig.15).

Jacqueline Berndt<sup>36</sup> afirma que hoy en día ya no se puede hablar de un lenguaje icónico propio del manga, reduciéndolo a ciertos estereotipos presentes, de manera muy evidente, en el manga juvenil para chicos y chicas. Esta afirmación genera una cierta paradoja o, cuando menos, un tema digno de discusión. En los últimos años se han multiplicado los estilos formales de manga y, fuera de los círculos más comerciales, la gran variedad entre los diferentes autores parece confirmar la afirmación de Berndt. Entonces, ¿por qué desde el gran público se sigue hablando de un diseño y una estética manga? Tal vez la respuesta puede hallarse en la afirmación de su denominación e independencia, al haber trascendido más allá de la división de géneros y estilos y resultar totalmente reconocible,

<sup>35</sup> Logros que apunta el escritor Scott McCloud en: Ibid. p. 78.

<sup>36</sup> Ibid. p. 36.

hasta el punto de llegar a configurar ese lenguaje por méritos propios. Es precisamente en esa superación de límites donde subyace la naturaleza icónica del manga. “Resultó obvio de inmediato (...) la naturaleza asombrosamente gráfica del manga, su claridad de línea y sus dramáticas formas como bloques, ecos de los grabados japoneses del siglo XIX”<sup>37</sup>.

*“Los contornos nítidos, las composiciones audaces y el uso meticuloso de patrones delicados y repetitivos propios de estos dibujos - ukiyo-e - no distan demasiado de las ilustraciones de manga, donde las líneas dinámicas y los textiles, entre otras texturas, se aplican en igual proporción que las tonalidades planas sin matizar”*<sup>38</sup>.

Si se realiza una aproximación al manga actual desde la realidad del soporte, habría que señalar que tanto el lector como el autor toman la totalidad de la hoja como punto de partida. Una vez se “comprende” ésta como unidad, se pasa a las viñetas individualmente y al final a los textos. “La puesta en página siempre ha sido y continúa siendo más importante que la viñeta considerada aisladamente, puesto que debe comunicar la impresión de un flujo de imágenes”<sup>39</sup>. Desde las primeras manifestaciones artísticas japonesas y hasta los primeros cómics de posguerra, había prevalecido el sentido de lectura oriental, de arriba hacia abajo y de derecha a izquierda, con lo que ello implica en la pro-

pia traducción de las imágenes, y en las connotaciones intrínsecas a la psicología de la representación (fig.16). A finales de los años cuarenta se generalizó el sentido de lectura occidental entre las publicaciones de manga, y las viñetas comenzaron a sucederse horizontalmente. Al principio este cambio causó una gran confusión en muchos de los lectores habituales de historietas japonesas, y en muchos casos fue necesario numerar las viñetas para poder seguir una narración lógica. Hoy en día, sin embargo, se intercalan con naturalidad ambos sentidos de lectura, y el manga narrativo a menudo combina ambos sistemas en una misma obra, intentando establecer una cierta complicidad con el lector al tiempo que permite conexiones aleatorias. No obstante, este juego puede confundir al lector menos experimentado, sobre todo en aquellas obras donde la composición del dibujo rompe los límites convencionalmente asignados al cuadro de la viñeta. Para algunos críticos occidentales, familiarizados con el lenguaje del manga, una de las principales diferencias respecto al cómic europeo y estadounidense radica en el uso que los autores japoneses hacen del cuadro: “el modo en el que usan la viñeta, no tienen miedo de romperla”<sup>40</sup>.

La página entendida como una totalidad, en tanto que limitación, exige al dibujante una cierta contención verbal, asociada a menudo con el tradicional “arte de la sugerencia”. Osamu Tezuka,

<sup>37</sup> CAREY, Peter. Op.cit. p. 11.

<sup>38</sup> GRAVETT, Paul. Op.cit. p. 20.

<sup>39</sup> BERNDT, Jacqueline. Op.cit. p. 36.

<sup>40</sup> ALPERT, Steve; en: KELTS, Roland. *Japanamerica*. p.33.

23  
マチヨハ ソレヲ アケ フタ  
リヲ ソトニ ッキダスト シ  
メテシマツタ



21  
ラセンノ ヤウニ メグルカイ  
ダンヲ ヒキズルヤウニシテ  
ノボル



24  
ココハタフノイタダキ タヒア  
ラサレタ シガイガ コロガツ  
テ井ル



22  
ノボリツメタトコロニハ テツ  
ノトヒラガ トザサレテ アル



27  
カズカギリナイ コンドルワシ  
ガ タフタメガケテ オリヤク  
ル



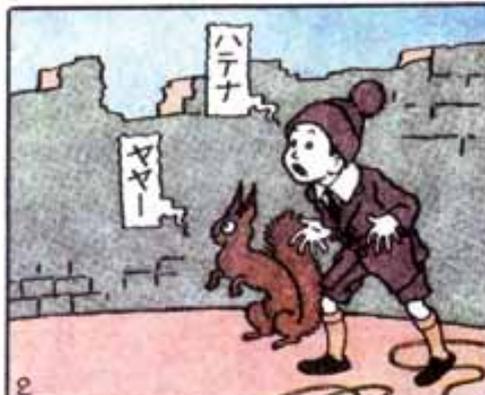
25  
正チヤンハ リスニ ナハタ  
クヒキツテ モラヒ リスノヲ  
ホドイテ 井ル

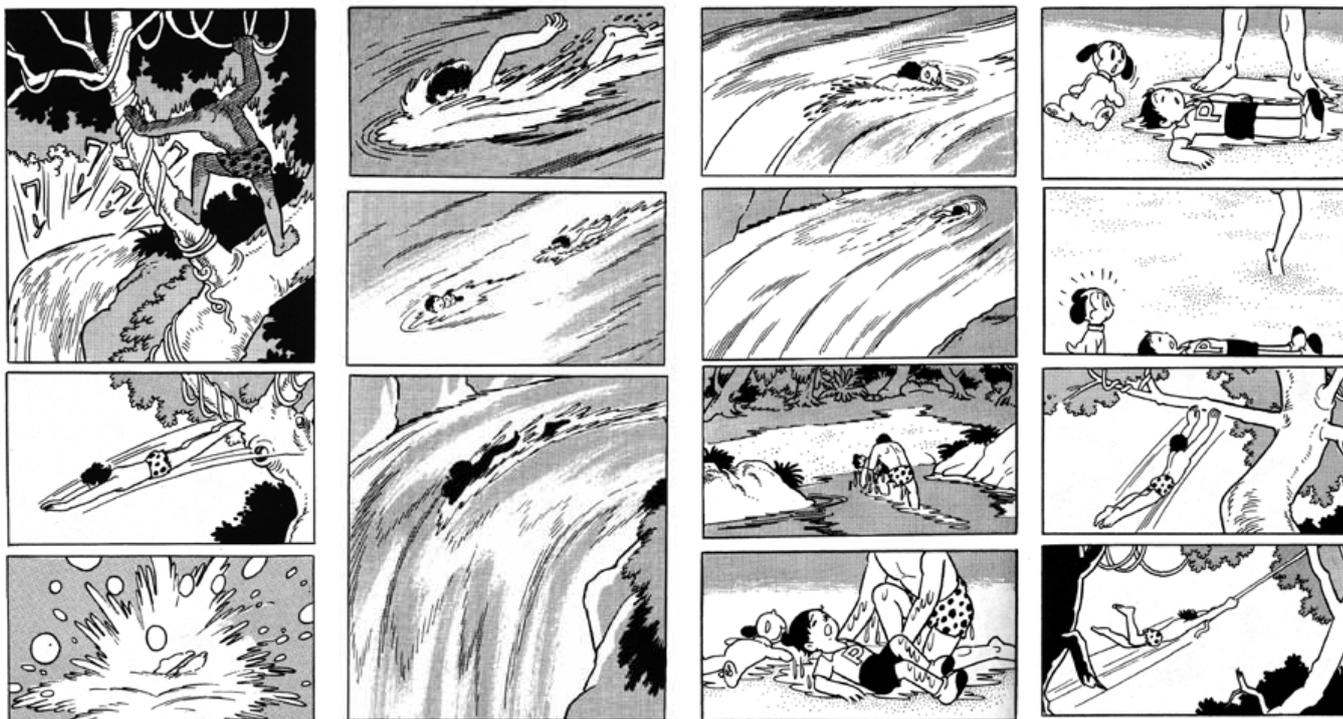


28  
ソレヲ ミタフタリハ アワテ  
テ シガイノシタニ モグリコ  
シダ



26  
キフニ ソラガクラクナツタノ  
デ フトミアゲタラ オドロイ  
タ





tanto por la distribución espacial de las viñetas, mucho más próxima a la visión cinematográfica que la obra de sus contemporáneos, como por la economía de palabras, había dado los primeros pasos en este sentido con la ya aludida *Shin Takarajima* ("La Nueva Isla del Tesoro" de 1947; fig.17). Sin embargo, este arte de lo sutil era un recurso que ya dominaban a la perfección los pintores y xilógrafos del Ukiyoe, cuando reproducían los grabados eróticos *Shunga* y los retratos femeninos de las *maiko* y cortesanas: "*se manifiesta así la gran pasión por la belleza que existe en el ocultamiento, en todos los órdenes, incluso en el de los sentimientos*"<sup>41</sup> (fig.18).

La producción seriada de los títulos también ha contribuido a la

generalización de este fenómeno. Las publicaciones semanales han propiciado una extensión cada vez mayor de las diferentes narraciones, de tal modo que hoy en día no son infrecuentes las historias que se desarrollan a lo largo de miles de páginas. Las escenas de acción, con una concepción cinematográfica del tipo "plano-secuencia", ocupan más de una página y apenas contienen texto, o remiten al "arte de la pausa" antes descrito, mediante la fragmentación simultánea de una misma escena exenta de lenguaje escrito. La diversificación en el empleo de estas técnicas también ha generado un aumento "endiablado" de la velocidad de lectura: "(...) hace treinta años, japoneses y americanos leían sus respectivos cómics más o menos a la

17

<sup>41</sup> Hanga. *Imágenes del mundo flotante*. p. 48

<sup>42</sup> BERNDT, Jacqueline. Op.cit. p. 36-37.



18. Kitagawa Utamaro, "Amantes en una habitación del piso de arriba", de la serie "Poema de la Almohada" (1788).

*misma velocidad, mientras que hoy el japonés – fundamentalmente gracias a la evolución estructural del manga narrativo en ese período – se ha acostumbrado a un ritmo vertiginoso, y muchos leen hasta dieciséis páginas por minuto*<sup>42</sup>. No es una habilidad exenta de mérito, máxime cuando la caligrafía y la lectura del idioma japonés implica un grado de dificultad notable incluso para los nativos. Asimismo, este fenómeno tampoco resulta extraño al lector occidental acostumbrado a las peculiaridades del manga: la primacía del lenguaje icónico sobre todos los demás elementos permite captar la información esencial muy rápidamente. El manga suele prodigarse en un nivel de detalle innecesario para la comprensión de la historia; las ilustraciones

aportan una información tan minuciosa como superflua que redundante en el tiempo narrativo, como se verá más adelante, y de la que se prescindir en una lectura inicial. Tras esa lectura por encima, que ya permite al lector saber qué ocurre, se puede volver en sucesivas revisiones para recrearse en los detalles que se habían desechado previamente. "Cuando apareció el anime, fue una evolución natural de esas películas en papel, porque eso es el manga en realidad, funciona mucho más rápido que el cómic en inglés. Basta observar lo rápido que la gente lee los mangas en el metro de Tokio, casi como un folioscopio"<sup>43</sup>.

En Enero de 2002, The New York Times<sup>44</sup> recogía en uno de sus artículos, con motivo del estreno

<sup>43</sup> MINAKAWA, Yuka, en CAREY, Peter. Op.cit. p. 132.

<sup>44</sup> BROOKE, James. "Tokyo Journal; A Wizard of Animation Has Japan Under His Spell".

de la Película de Hayao Miyazaki *Sen to Chihiro no Kamikakushi* (*El viaje de Chihiro*), la afirmación de que Japón poseía un bajo índice de alfabetización, amparado en que el sesenta por ciento de las publicaciones impresas en el país son manga, y de donde se deducía que los lectores preferían los cómics por ser mucho más sencillos que la “alta literatura”, en especial dada la dificultad intrínseca de la escritura japonesa, compuesta por miles de caracteres *kanji*. Pocos días después, el periódico neoyorquino se vio obligado a retractarse de esas afirmaciones, y reconocer el elevado índice de alfabetización de Japón, próximo al 99% de la población.

El escritor y teórico Alfons Moliné<sup>45</sup> reivindica el bajo número de viñetas como una característica definitoria del manga frente al cómic americano y europeo que, al igual que los autores más clásicos (como Tezuka), se reconocerían por una disposición muy ortodoxa de las viñetas en la página, con tres o cuatro divisiones. Esta afirmación manifiesta una visión un tanto dogmática del tebeo estadounidense, que no siempre responde a una estructura tan rígida y, en muchas ocasiones, ocupa la página completa con una sola viñeta. En cambio, es cierto que los autores japoneses, al disponer de un número enorme de páginas para presentar y desarrollar la historia, suelen recurrir a la página completa como recurso visual y narrativo, y como intensificador de la acción. No obstante, como



se verá más adelante, sucede que otras muchas veces los dibujantes nipones, en su afán por clarificar toda la acción, la desmenuzan en múltiples viñetas de pequeño tamaño, en un número incluso superior a la distribución habitual en los cómics americanos. Por lo general, el cómic occidental tiende al empleo de recuadros de tamaños más homogéneos y a introducir el *splash-page* - la ilustración a doble página - como detonante de la acción máxima. En cambio, el modo en que se estructura la página en el manga fluctúa enormemente, tanto por el variado tamaño de sus viñetas, como por el carácter innovador en la planificación de las mismas, mediante el uso de diagonales, cuadros

19\_Masashi Kishimoto, "Naruto" (1999).

<sup>45</sup> MOLINÉ, Alfons. *El Gran Libro de los Manga*. p. 34.

<sup>46</sup> El koma-manga - tira cómica de cuatro viñetas - suele llevar los diálogos rotulados a mano. En el manga narrativo no ocurre así, pero a veces el dibujante se representa a sí mismo de manera cómica y un tanto ridícula, y escribe a mano comentarios al margen de la trama de la obra.

<sup>47</sup> CARPENTER, John T. "The Poetic Picture: Literary Dimensions of Early Ukiyo-e". *Ukiyo-e*. p. 20.



20\_Tite Kubo, "Bleach" (2001).

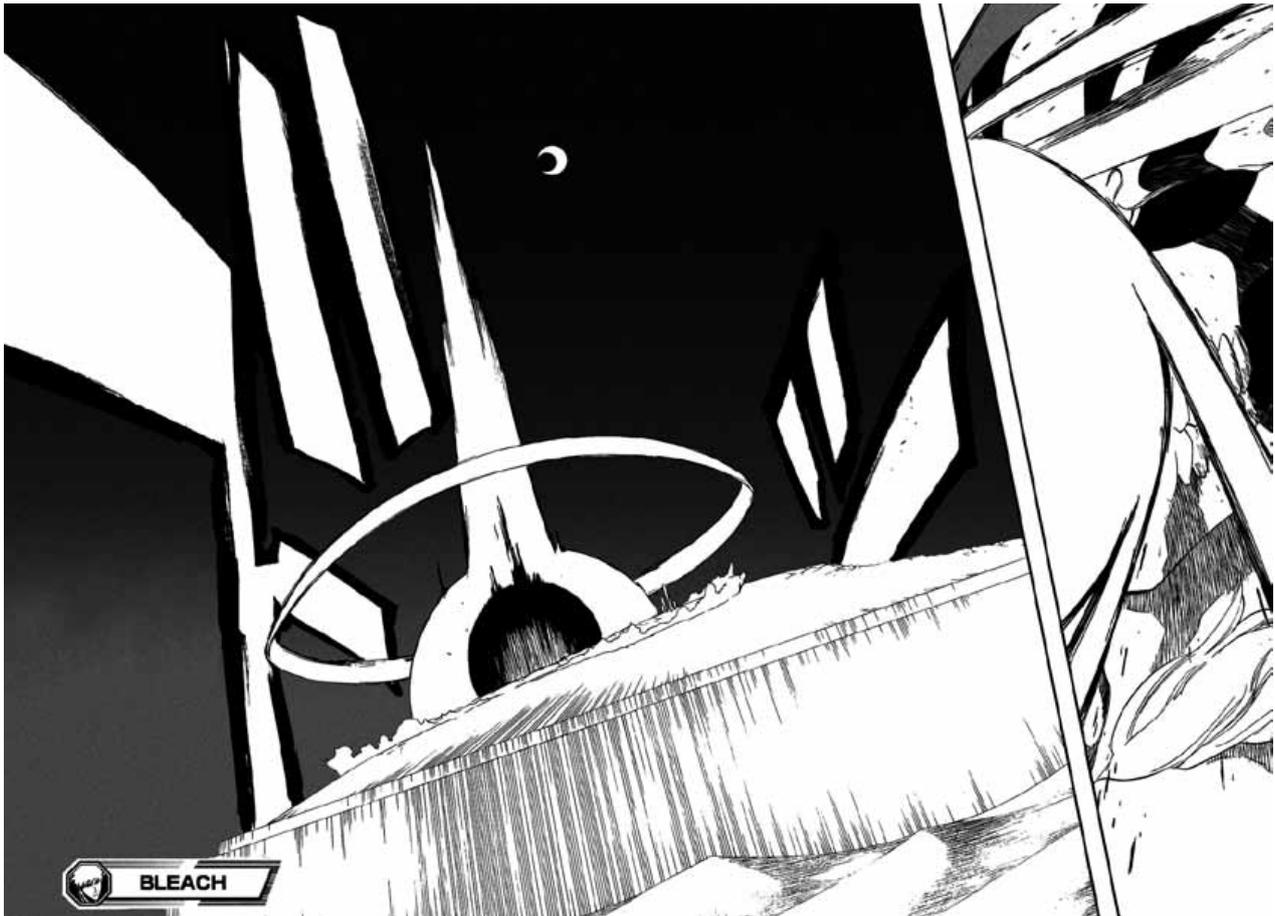
verticales y fundidos a negro o blanco. En ocasiones, estos y otros recursos se asocian e identifican con un género preciso, dependiendo del público específico al que van dirigidos.

La disposición de la tipografía en un manga o la separación de los ideogramas y caracteres determinan la subjetividad del hablante (si está triste, nervioso, furioso, etc.; fig.19). Habitualmente se emplea una tipografía neutra no caligráfica para el desarrollo de los diálogos. No es insólito ver algunas reseñas escritas a mano, en especial si se trata de géneros muy precisos, notas del autor o comentarios cómicos al comienzo de los capítulos del manga que, a menudo, no guardan ningún tipo de conexión con la trama del mismo<sup>46</sup> (fig.20). El

uso de este recurso por parte de los autores japoneses no es frecuente, en parte por la dificultad intrínseca de la caligrafía japonesa, pero sobretodo por la economía de tiempo.

En un manga el texto y el diálogo son mucho menos importantes que en el tebeo occidental. Alguien que desconoce el idioma japonés podría llegar a entender la narración por la interpretación de sus imágenes, amparado por la expresividad facial, la gesticulación y los imatipos reconocibles. Los textos de apoyo son casi inexistentes, y los bocadillos escasean, o se limitan a frases inconclusas e interjecciones. Frente a esto, esta muy generalizada la incursión de caracteres dentro del dibujo reproduciendo onomatopeyas, así como el empleo de líneas cinéticas. Las primeras tienen una función ambiental muy importante (fig.21), hasta el punto de que en ocasiones actúan como intensificador del silencio, y las líneas cinéticas han adquirido un rol fundamental en la acción del manga contemporáneo, llegando a ocupar fondos y decorados por completo (fig.22). "Las palabras pueden ser pictóricas, los diseños pueden ser caligráficos: cada pincelada se empapa con potencial emotivo"<sup>47</sup>.

El director y guionista cinematográfico Isao Takahata, cofundador del Estudio Ghibli de animación, afirma que la característica definitoria del dibujo japonés radica en el trazo y el uso que los artistas hacen de él;



“los japoneses siempre han utilizado el trazo. (...) Parece natural que en un país como Japón, donde la tradición de la imagen compuesta de trazos está muy arraigada, se aprecien los dibujos animados de colores planos. No hay sombras en los dibujos animados japoneses”<sup>48</sup>. La cultura nipona privilegia la visión de la realidad por medio de líneas. Durante muchos siglos, la tradición visual occidental, arraigada en Europa, buscó el naturalismo formal a través del uso minucioso de la luz y la sombra, esto es: la consecución del volumen y del espacio tridimensional, en detrimento de la línea y de las super-

ficies planas. Por el contrario, en la mayoría de culturas orientales se tiende a representar la forma definiendo los contornos por medio del dominio de la línea. Esta afirmación, que puede resultar - en apariencia - obvia, constituye una de las características fundamentales del manga contemporáneo.

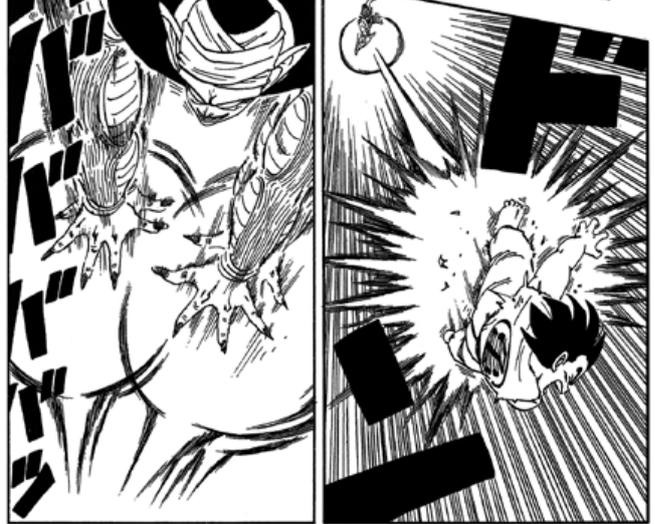
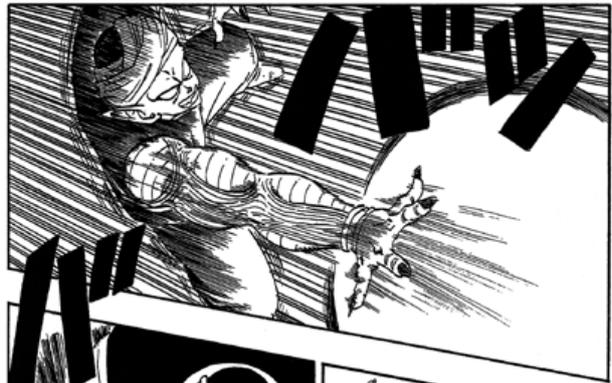
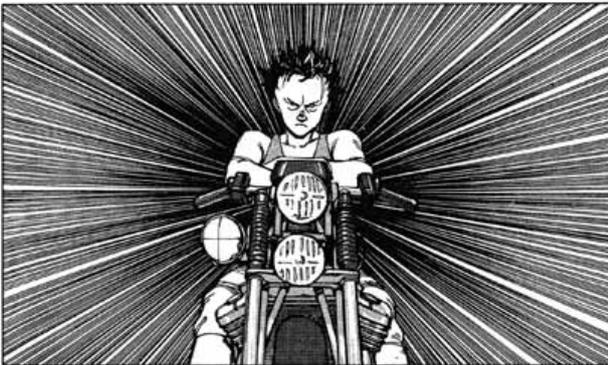
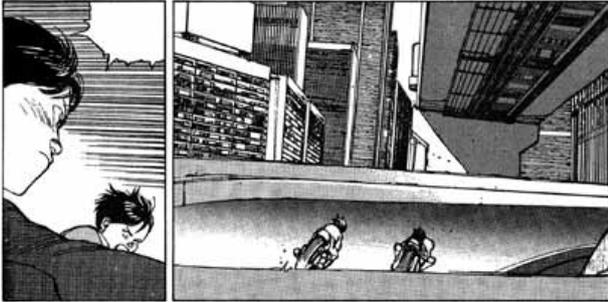
La gran variedad de formatos y estilos entrañan una tara, a priori, para intentar definir el manga desde sus elementos formales y constitutivos. La diversidad en el uso, número y colocación de las viñetas, el empleo de la línea y las masas, de los contornos y los

21\_Tite Kubo, “Bleach” (2001).

<sup>48</sup> Isao Takahata en el curso de una entrevista en: KOYAMA-RICHARD, Brigitte. Op. cit. p. 233.

<sup>49</sup> GRAVETT, Paul. Op. cit. p. 18

<sup>50</sup> Ibid. p. 18



22\_Pag. siguientes: Uso expresivo de las líneas cinéticas en Dragon Ball (Akira Toriyama, 1984), Akira (Katsuhiro Ôtomo, 1982).

rellenos de las figuras, el diseño naturalista o caricaturesco de los personajes. Todo ello dificulta una aproximación, exclusivamente formal, al amplio espectro del manga contemporáneo. “La única forma de uniformizar todas estas diferentes tipologías artísticas es reparar en los aspectos puramente pictóricos que comparten todas ellas: en otras palabras, la simplificación y el dinamismo de los trazos”<sup>49</sup>, pero sin obviar en ningún momento “las formas narrativas relativas a dibujos aislados o aquellas mezclas complejas de palabras y dibujos que son la clave del manga moderno”<sup>50</sup>.

Esta representación esquemática de los elementos en la cultura visual nipona se pone de manifiesto en el diferente tratamiento visual de los videojuegos en los mercados japonés y occidental, a tenor de lo expuesto en varios estudios realizados por los sociólogos Masashi Shirabe y Yasunori Baba. “Los diseñadores de videojuegos estadounidenses enfatizan en el realismo y la inmersión en el propio juego. (...) El típico videojuego japonés, por el contrario, no fuerza al jugador a sumergirse en un mundo virtual. (...) El objetivo es establecer una relación de empatía entre el jugador y el personaje

del videojuego, en producir una participación emocional<sup>51</sup>. En este sentido, los juegos japoneses apelarían a la conexión emocional que se establece entre el jugador y el personaje de ficción, mientras que en la mayoría de videojuegos estadounidenses la conexión entre el espectador y la ficción vendría dada por el realismo del mundo virtual, posibilitando y favoreciendo dicha inmersión. Mientras que el jugador occidental busca verse inmerso en una acción que se desarrolle en primera persona, los juegos clásicos japoneses lo sitúan en una perspectiva externa, fuera del flujo de la acción, como si se controlase al personaje a distancia. Para numerosos analistas este es el principal motivo por el que durante muchos años los videojuegos de realidad virtual en 3D eran menos populares entre el público nipón, al contrario de lo que sucedía en los mercados occidentales y, en especial, en el mercado estadounidense. “Desde el punto de vista japonés, una representación de las figuras plana, sin perspectiva, con un estilo ‘manga’ resulta más familiar y natural que los realistas modelos 3D. (...) Uno debe llegar a la conclusión de que el mundo visual del anime es, precisamente, el medio de representación más apropiado para el carácter nacional japonés”<sup>52</sup>.

*“En este discurso, lo artificial, lo anti-realista, y la manifestación estética de los conceptos de restricción y omisión establecen una conexión con la más profunda de las emociones: la empatía*

*existente entre los seres humanos. Es el argumento de que la profundidad del personaje es más importante que la profundidad espacial”*<sup>53</sup>.

## LOS PERSONAJES

A menudo, uno de los aspectos más señalados como definitorio del manga son los estereotipos presentes en los diseños de los personajes. No obstante, esta apreciación manifiesta una aproximación y conocimiento superficiales del universo historietístico japonés. Resulta muy complicado establecer grandes semejanzas formales o buscar un diseño común en los personajes dibujados por autores tan dispares como Rumiko Takahashi, Riyoko Ikeda, Yoshihito Usui, Akihiro Yamada, Jirô Taniguchi, Goseki Kojima u Osamu Tezuka, todos ellos célebres *mangakas* de reconocimiento internacional. Los personajes estereotipados se asocian, a menudo, con un mismo tipo de tebeo, muy estandarizado y perteneciente a un segmento masificado, y sus características responden, al igual que ocurre con ciertos géneros cinematográficos, a diferentes convenciones impuestas desde el propio mercado. Un lector maduro reconoce los diferentes estilos de distintos autores, muchas veces alejados de los tópicos del manga (ojos grandes y resplandecientes, piernas largas y rostros inexpresivos cortados por un mismo patrón), pero

<sup>51</sup> GRASSMUCK, Volker. *Man, Nation & Machine. The Otaku Answer to Pressing Problems of the Media Society.*

<sup>52</sup> Ibid.

<sup>53</sup> Ibid.

tampoco olvida la existencia de obras que, fieles a esos clichés, puedan aun así ser excepcionales. “*Las agencias de publicidad y los directores de arte occidentales aclaman el ‘estilo manga’.* Si embargo, sólo se interesan por los motivos manga que son más reconocibles dentro de la animación japonesa ‘estándar’. *Es sorprendente la forma en que estos ‘creadores de gustos’ se las han ingeniado para reducir un medio narrativo tan heterogéneo a un exiguo menú compuesto por los estereotipos visuales más superficiales*”<sup>54</sup>.

Con anterioridad, se hizo alusión a la naturaleza icónica de manga y a la afirmación de Jacqueline Berndt negando la existencia de la misma con autonomía, en medio de la enorme oferta actual. En el mejor de los casos, Berndt reduce dicha naturaleza icónica, tanto por profundidad como por alcance, a géneros muy concretos - *Shōnen* y *Shōjo* - destinados mayormente a adolescentes. En realidad, es probable que Berndt se refiriese al imaginario clásico de imatopos y clichés que normalmente pueblan las historias más comerciales de los géneros *shōnen* y *shōjo*, y que no debe confundirse con la iconografía propia de todo el medio.

Para Hideki Ono, editor de la revista *Anime Style*, el secreto del diseño de los personajes de manga radica en la discriminación de los elementos superficiales; en no representar todos los elementos del cuerpo humano concediéndoles igual importan-

cia, sino en privilegiar aquellas facetas o características que contribuye a definir al personaje, en detrimento de otros rasgos innecesarios para la comprensión del mismo. El personaje tiene un diseño sintético, pero al mismo tiempo muy descriptivo, que le otorga unidad al conjunto. El criterio del autor es el que determina que rasgos se deben enfatizar u obviar, pero muchas veces este hecho se pasa inadvertido para los lectores. “El expresionismo japonés se define por la sustracción. Una chica guapa y atractiva se dibuja desde los grandes ojos hasta las pestañas, y el pelo se representa hasta los más pequeños detalles, paso a paso. Pero no se muestran las orejas. Sólo dibujan las partes que le interesan. Los ojos son grandes para ser más expresivos, los pechos también son grandes, pero nadie quiere ver las fosas nasales, así que se obvian. (...) La clave está en hallar el equilibrio: Los personajes no son verosímiles en el mundo real, pero tal vez podrían ser posibles si la vida real fuese mejor de lo que es. (...) El público tiene que familiarizarse con este estilo. Un espectador primerizo probablemente no creerá que se trate de una persona real. Pero el personaje atractivo se irá volviendo cada vez más guapo y adorable a medida que el público empiece a creer en dicho personaje”<sup>55</sup>.

En el caso de algunos mangakas y directores de anime, se ha abierto un debate en torno a la dicotomía formal existente entre la búsqueda de un ma-

<sup>54</sup> GRAVETT, Paul. Op. cit. p. 152.

<sup>55</sup> ONO, Hideki; en: KELTS, Roland. Op. cit. p.214.

yor realismo visual, frente a la conservación de la abstracción metonímica característica de los personajes del manga y anime. Para los segundos, frente a la búsqueda de un superior realismo visual, el interés del manga y anime japoneses radica, precisamente, en su naturaleza abstracta, en la imposibilidad de alcanzar el naturalismo de las películas y fotografías de imagen real. Esta tara, resultante de las limitaciones intrínsecas del medio ilustrado y animado permite, sin embargo, explorar todo el potencial de abstracción visual de manga y anime. “Las imágenes evolucionan hacia un mayor reduccionismo, y se están volviendo cada vez más sencillas pero, al mismo tiempo, más sofisticadas”<sup>56</sup>.

En la revisión histórica del manga y en referencia a Osamu Tezuka, se apuntaba al estereotipo de los ojos grandes como una de las señas características que el lector occidental emplea para personificar y reconocer el cómic japonés. Su uso hoy en día se debe por entero a Tezuka (fig.23): su influencia fue tan grande a mediados del siglo XX, que aun en la actualidad son muchos los jóvenes autores de manga que imitan esta característica distintiva como referente para los personajes de sus primeros trabajos y que terminan por adoptar como propio ese “estándar ocular”, en especial en los géneros antes referidos. Esta visión privilegia unos estándares asociados a géneros muy precisos, en detrimento de otros

muchos diseños igualmente característicos del manga, que abarcan desde lo caricaturesco al más fiel naturalismo.

Desde occidente se arguyen, en ocasiones, ésta y otras características – como las largas piernas, las melenas rubias o multicolor de los personajes femeninos, el tono de la piel o una pretendida europeización de los rostros – como una muestra sintomática de la baja autoestima de los nipones y de la aversión que estos sienten por los rasgos característicos de su raza. Muchos críticos han querido ver en este singular imaginario un primer intento de occidentalización, amparándose en el considerable aumento de operaciones de cirugía estética por parte de las mujeres japonesas: rinoplastias para la nariz, blefaroplastias y cantoplastias para marcar el surco palpebral, e implantes mamarios para aumentar el tamaño de sus senos. Esta perspectiva se debe, no obstante, a una incorrecta interpretación de los estereotipos esgrimidos. Cuando los japoneses entraron en

23



<sup>56</sup> HIROKI, Azuma; en: WOZNICKI, Krystian. 'Towards a Cartography of Japanese anime. Anno Hideaki's 'Evangelion'. Interview with Azuma Hiroki". *Blimp Filmmagazine* n° 36/1997.



24\_Nakahara Junichi, "Encanto de las estampas nishiki-e" (1930).

25\_Chobunsai Eishi, "Itsutomi" (fin S. XVIII).

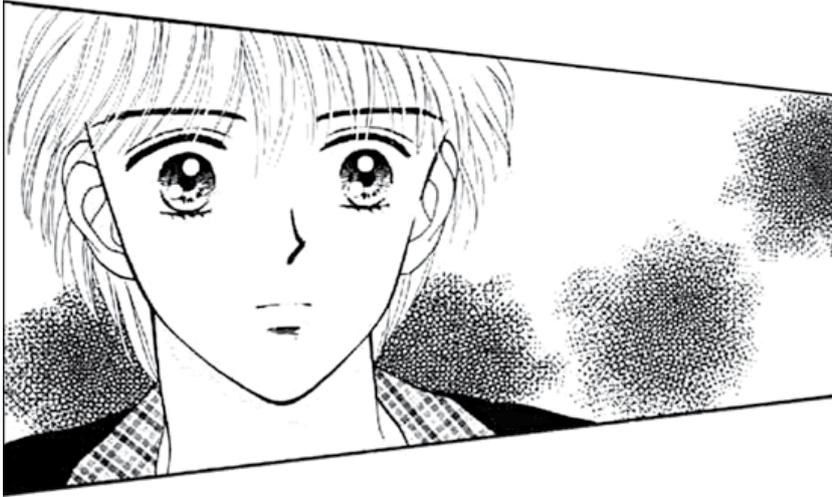


contacto por primera vez con misioneros portugueses y comerciantes holandeses, el rasgo más distintivo y sorprendente de los viajeros occidentales no fue el tamaño de sus ojos, sino de sus narices, como puede apreciarse claramente en los grabados de la época. Los marineros y emisarios occidentales aparecen representados con ojos y cabellos similares a los habitantes del país, pero con grandes apéndices nasales<sup>57</sup>. Las operaciones de cirugía plástica realizadas en la actualidad poco o nada tienen que ver con los clichés de los cómics juveniles, sino con el canon de belleza imperante en el mundo globalizado. Visto de otro modo, un caucásico difícilmente juzgaría como propios unos ojos inmensos que ocupan más de la mitad de la cara.

La tez clara de los personajes femeninos de manga y anime procede de la tradición de siglos pa-

sados que vinculaba la palidez con el lujo y la buena cuna de las jóvenes señoras. La blancura de sus rostros era un indicativo del tiempo que pasaban en el interior de las casa y palacios, alejadas, por tanto, de los trabajos mundanos. Este signo de nobleza se convirtió con el tiempo en una característica de belleza, y las mujeres no tardaron mucho en empezar a pintarse los rostros de blanco (incluyendo a las cortesanas, geishas y prostitutas de lujo). De igual modo, los personajes con piernas inusualmente largas tienen sus orígenes en las representaciones humanas del Ukiyo-e (fig.24-25). En los antiguos grabados japoneses, a menudo elogiados por el veraz naturalismo de sus objetos y espacios, destaca la falta de rigor en las proporciones de los cuerpos femeninos desde el punto de vista del academicismo europeo. Utamaro – considerado el maestro del *bijin-ga* – y otros autores empleaban este recurso para acentuar las poses de las figuras, para imprimir movimiento y mayor expresividad en su quietud y para exagerar la sensualidad de las mismas. "El público español es consciente de que los cánones de belleza que se proyectan sobre los dibujos animados, ya sean para niños o adultos, no responden a la realidad: personajes con caras y cuerpos estilizados, inmensos ojos, y piernas sumamente alargadas [como ocurre hoy en día con las ilustraciones de muchos diseñadores de moda, que parecen proyectar sus modelos sobre figuras imposibles y malea-

<sup>57</sup> Algunos estudiosos e historiadores apuntan, además, que el tamaño de la nariz representaba, metafóricamente, el tamaño del pene. De este modo, no serían los ojos, sino el pene de los occidentales lo que habría llamado su atención durante el período Edo.



bles]. Y curiosamente, Utamaro o Eishi, por poner dos ejemplos, manifestaron ya un gusto por cánones de belleza similar, altas, delgadas, y de piernas extraordinariamente largas. Por tanto, no puede hablarse de que sea algo nuevo y que se deba a una excesiva pasión por lo occidental. Quizá, la razón esté en que un cuerpo más alargado y delgado se presta más al juego artístico de la curva y la contracurva, que hacen que el espectador se deleite en su recorrido (...) Viendo un paralelo de la xilografía del período Edo en el manga y los dibujos animados de la actualidad, podemos afirmar que la xilografía se convirtió en un medio sobre el que proyectar los valores e ideales de belleza de una sociedad, yendo más allá de la realidad, gracias a la invención y mano diestra del diseñador, y a su precisa percepción de los sentimientos de sus conciudadanos<sup>58</sup>. Todos estos valores, intrínsecos a la cultura tradicional japonesa, están presentes de manera muy clara en las xi-

lografías eróticas de la Era Tokugawa y, de nuevo, en el pornomanga actual.

*“Aquel pecho liso como una plancha al que se ciñen unos senos de una delgadez de papel, aquella cintura apenas menos gruesa que el pecho, aquellas caderas, aquella grupa, aquella espalda recta, aquel tronco estrecho y delgado hasta el punto de resultar desproporcionado con el rostro y los miembros. (...) Estas mujeres, cuyo torso queda así reducido al estado de soporte, están hechas de una superposición de no sé cuantas capas de seda o de algodón y si se las despojara de sus vestidos sólo quedaría de ellas, como en las muñecas, una varilla ridículamente desproporcionada. Antaño, esto carecía de importancia porque estas mujeres, que vivían en la sombra y sólo eran un rostro blanquecino, no necesitaban para nada tener un cuerpo. Mirándolo bien, para los que celebran la triunfante belleza del desnudo de la mujer moderna,*



27\_ Izumi Matsumoto, "Kimagure Orange Road" (1984).

*debe de ser muy difícil imaginar la belleza fantasmal de aquellas mujeres*"<sup>59</sup>.

El intento por "captar los sentimientos" es uno de los argumentos principales que a menudo se barajan como motivo para la generalización de los ojos grandes. La influencia de Osamu Tezuka, tomada a su vez del *cartoon* americano de Disney o Fleischer y deudora de las representaciones teatrales de mujeres de Takarazuka, sigue siendo de vital importancia. No obstante, en la actualidad, su obra ya ha sido superada en muchos aspectos como para continuar imitándole con irracional devoción. Los ojos grandes también determinan la psique del personaje; en ellos "radica la voluntad, por parte de sus propios autores, de lograr que dichos personajes, a través de sus ojos, resulten "sinceros" y psicológicamente profundos"<sup>60</sup>. Los ojos, entendidos como espejos del alma del personaje, sirven para ilustrar de manera clara los sentimientos y estados de

ánimo de los protagonistas, y en muchos casos son el único elemento expresivo en los rostros hieráticos y estereotipados de algunos dibujos (fig.26). Junto a los ojos grandes, se suele incidir en otros clichés, convencionalmente aceptados, como definitorios de la denominada "estética manga", y que casi siempre dependen de su incursión en un género muy preciso. En algunas historias épicas para chicos y romances de género shôjo para jovencitas, el personaje rubio suele tener un carácter dicharachero, simpático y alocado, mientras que el moreno a menudo será introspectivo, tosco y parco en palabras; por otra parte, si la protagonista tiene el pelo rubio o castaño, su némesis argumental será morena y de ojos felinos (fig.27). No obstante, todos estos clichés pueden ser, por supuesto, obviados en cualquier momento.

En opinión de algunos autores, a la influencia de Tezuka, deudora a su vez de Disney y Fleischer, se suma la existencia de ciertos fundamentos de naturaleza biológica presentes en el diseño de muchas de las figuras clásicas del cómic y animación internacional, y que continuarían estando vigentes en determinados clichés físicos de los personajes del manga. Para estos investigadores, la evolución experimentada en el desarrollo del diseño de Mickey Mouse y otros personajes clásicos de la factoría Disney, respondería a una convergencia con las características propias de la neotenia biológica. "Pode-

<sup>58</sup> Hanga. *Imágenes del Mundo Flotante*. p. 28.

<sup>59</sup> TANIZAKI, Junichirô. *El Elogio de la Sombra*. p. 68-69.

<sup>60</sup> MOLINÉ, Alfons. *El Gran Libro de los Manga*. p. 21.

mos describir entonces la neotenia como la conservación de características juveniles en los adultos de una especie. La iconografía de la neotenia está en la base estética de ciertas criaturas que desde Disney han poblado las pantallas y los cómics de todo el mundo, llegando hasta cierta estética utilizada en Japón en muchos animes y mangas<sup>61</sup>.

Atendiendo a la definición del DRAE, se entiende por neotenia la persistencia de caracteres larvarios o juveniles después de haberse alcanzado el estado adulto. En el caso de los personajes de cómic y animación, esto se reflejaría en el superior tamaño de la cabeza, así como en los ojos grandes y las pupilas dilatadas. Esto último es particularmente significativo en el caso de algunos personajes del manga, donde la presencia de los ojos grandes y enormes pupilas respondería a la necesidad de conectar empáticamente con el lector. "Las posturas corporales de indefensión o sumisión son constantes también en las formas dibujadas que siguen la estética del manga o el anime. Vemos en las imágenes que anteceden que los ojos grandes, de formas redondeadas y de grandes pupilas, que connotan ideas de emoción o excitación sexual. (...) Las posturas de indefensión introducen una nota inquietante: una relación de atracción-dominio entre el espectador y el personaje. La sumisión y la indefensión como armas de seducción incluso ante los enemigos han sido utilizadas de forma astuta y

divertida en el personaje del gato con botas de la película *Shrek 2*. Incluso el ángulo de encuadre que se usa en algunos personajes de anime y manga suele fomentar una visión en ligero picado, tal y como contemplaríamos a un niño, resaltando su cabeza, flequillo y ojos"<sup>62</sup>.

Además del aspecto y rasgos físicos de los personajes, a menudo el aficionado también señala como un cliché característico del manga los diferentes imagotipos que abundan en sus páginas y que contribuyen a manifestar estados de ánimo o reflejan situaciones estandarizadas. Estos pequeños símbolos son el equivalente icónico, respecto al conjunto de la imagen, de lo que serían las onomatopeyas dibujadas respecto al lenguaje escrito. La gota de sudor, que indicaría tensión o desconcierto, la vena hinchada en la frente, el colmillo visible entre los labios (ambos sintomáticos de la ira de los personajes), o el halo púrpura indicando frustración o tristeza, son, entre otros muchos, signos reconocibles por el joven lector de los manga donde este tipo de referentes se prodigan (fig.28). Tal como se apuntaba al inicio del presente capítulo, el origen de estos símbolos no se halla en un referente real directo, sino que se han transformado hasta definir un grupo de recursos propios del cómic japonés.

Otro de los elementos característicos del manga narrativo es la capacidad de sus personajes para evolucionar psicológica-



<sup>61</sup> GARCÍA POBLACIÓN, Carmen (2006) "Las raíces biológicas de la estética del manga y del anime".

<sup>62</sup> Ibid.

<sup>63</sup> MOLINÉ, Alfons. Op. cit. p. 32.



mente. Cuando se comparan las historias de algunos manga con las aventuras gráficas de diferentes cómics occidentales, se suele afirmar que, frente a los primeros, los héroes de cómic americano carecen de psicología o de sentimientos definidos y que son perfectos al cien por cien<sup>63</sup>. Esta última afirmación no es cierta o, cuando menos, no en todos los casos. Sucede que muchos de los superhéroes que dominan el mercado editorial americano resultan planos y carentes de profundidad, pero esto mismo es achacable a multitud de personajes de cómic manga. En ocasiones responde a una decisión del autor de privilegiar la narración de la propia acción, en detrimento del trasfondo de la misma. Otras veces, grandes autores de manga y anime actuales, como Hayao Miyazaki, definen un personaje estoico, noble

hasta el paroxismo, del que se sirve el creador como vara de medir para ponderar al resto de los protagonistas. En todo caso, cuando se afirma que los personajes de manga evolucionan psicológicamente se remite a la capacidad de los mismos para madurar, a medida que avanza la historia, adaptándose a las circunstancias. Frente al héroe de cómic americano de personalidad perfectamente definida y rara vez mutable, las virtudes, defectos y sentimientos de los personajes nipones fluctúan con rapidez, bajo un sinfín de motivaciones. *"Ellos [los norteamericanos] no tienen una única cultura, sino que se nutren de diversas fuentes. Son capaces de crear una historia complicada. Ya lo sé. Pero si lo hicieran, no le gustaría a los niños. Así que, en cierto modo, tenemos que educar al lector, al conjunto del público, hasta que alcancen un cierto grado. Al hacerlo, podremos educarnos a nosotros mismos en cuanto a qué tipo de manga hay que crear en el futuro."*<sup>64</sup>

Para algunos autores japoneses, la personalidad de gran parte de los personajes de manga y anime radica en su ubicación difusa y a menudo poco definida acerca de determinados dilemas morales. Al contrario que otros héroes o villanos occidentales, que se posicionan abiertamente respecto a diferentes planteamientos deontológicos, en Japón predominan las áreas grises, la ausencia de dilemas fácilmente definibles, de principios o de resoluciones. Los personajes de Disney apoyan

28\_Distintos signos reconocibles del estado anímico de los personajes en las obras One Piece (Eiichirô Oda, 1997), Dr. Slump (Akira Toriyama, 1980) y Rorouni Kenshin (Nobuhiro Watsuki, 1994).

<sup>64</sup> Toshio Maeda en el curso de una entrevista en: <<http://www.bigempire.com/sake/manga1.html>>

claramente la causa más noble, mientras que algunos héroes de manga japonés adoptan una posición más ambigua, lo que a la larga, y en opinión de la crítica, los hace psicológicamente más atractivos. Los personajes duales y mutables constituyen una constante en muchas historias de manga y anime. “Es el dilema de estar entre dos mundos, dos hemisferios, y al mismo tiempo entender, incluso simpatizar con ambos”<sup>65</sup>. Los protagonistas de estas obras, al igual que los japoneses en la vida cotidiana, no se rigen por un código ético perfectamente estructurado que regule todos los aspectos de la vida pública y privada sino que, a menudo, enfatizan enormemente en el contexto, en cómo actuar y responder bajo unas circunstancias determinadas y en una situación dada, casi siempre imposible de determinar a priori. La ausencia de una religión tradicional con imposiciones morales evidentes - al contrario que en la inmensa mayoría de los países occidentales - y la existencia de unas férreas normas de comportamiento social delimitan y definen, en muchos aspectos, la conducta de los japoneses ante este tipo de dilemas. En el día a día, la religión sintoísta y la evolución japonesa del budismo tienen un componente cultural antes que religioso. A pesar de las numerosas fiestas, ritos y supersticiones religiosas basadas en ambos cultos, la sociedad nipona es mayoritariamente laica en lo referente a su fe.

“No se trata de dibujos infantiles, típicos de la niñez. A menudo son sofisticados, en ocasiones violentos y con frecuencia abordan temas adultos. (...) Son historias complejas que incluyen amor, crecimiento personal y poderío femenino. (...) Cuando la gente declara que el anime es más real que los filmes de Hollywood, están afirmando que la animación es más verosímil que las películas de imagen real gracias a la profundidad psicológica de las historias, y a que los personajes lidian con situaciones más creíbles. Las cosas no siempre salen bien. A veces el héroe termina vagando o muere, y no consigue a la chica”<sup>66</sup>.

Los protagonistas de un manga nacen, crecen, maduran, y mueren. A pesar del carácter infantil de muchas de sus obras, Osamu Tezuka insistía en recordar, una y otra vez, que ninguno de sus protagonistas tenía garantizado comer perdices. El final es, casi siempre, definitivo. Ello se explica, en gran medida, por la mayor cercanía y semejanza de la relación entre un autor y su obra seriada, existente entre los dibujantes japoneses y el cómic europeo, no así en el modelo americano. En EEUU, el mercado del cómic está dominado por las historias de superhéroes. Allí, las aventuras de Superman pueden durar décadas pasando de un guionista o un dibujante a otro con regularidad. No obstante, Superman siempre será Superman. El hombre de acero podrá casarse, envejecer un poco, morir y reaparecer posteriormente,

<sup>65</sup> KELTS, Roland. Op. cit. p.46.

<sup>66</sup> NAPIER, Susan; en: GERROW, Robin. “An Anime Explosion. Challenging themes, complex characters make Japanese animation a global phenomenon”.

<sup>67</sup> Como Kazuo Koike y Goseki Kojima, creadores de *Kozure Ōkami* (“El Lobo Solitario y su Cachorro”), o las Clamp, un cuarteto de mangakas femeninas, autoras de numerosas series *Shōjo* de éxito.



29 pero siempre en su formidable mediana edad. Aunque pasen 80 años y sus aventuras sean guionizadas por cientos de dibujantes diferentes, aun cuando el estilo gráfico varíe considerablemente de unos a otros, y los recursos narrativos y atuendos se adapten a la moda cambiante, Superman siempre permanecerá fiel a los mismos ideales y motivaciones. Si se alude a las aventuras del adolescente Superman, el lector entenderá que se trata de un sujeto independiente y de una serie distinta. Un personaje americano puede tener cientos de dibujantes y guionistas distintos a lo largo de toda su vida editorial, pero el lector europeo difícilmente sería capaz de imaginar a *Tintín* dibujado por otro autor que no fuese Hergé.

Un caso similar ocurre en el mercado editorial japonés, pues un autor es creador exclusivo de una serie y sus personajes. A menudo el dibujante es también

guionista de la obra, aunque existen numerosos precedentes de autores que han trabajado juntos<sup>67</sup>. Una serie concluye cuando el autor decide hacerlo y, como se expuso con anterioridad, el final suele ser definitivo. Cuando un autor de manga fallece, su personaje muere con él. No obstante, debido a la gran variedad de géneros y temáticas existentes en el manga, cada una de ellas con sus peculiaridades formales y narrativas, no se puede generalizar a todos los niveles; en el *koma-manga* el personaje, generalmente, no crece aunque pasen muchos años<sup>68</sup> y lo mismo sucede con otras publicaciones destinadas al público infantil, como es el caso del celeberrimo gato *Doraemon* (fig.29). Frente a esta característica propia de los géneros de temática costumbrista, los personajes adolescentes o adultos de los géneros *shônen* o *shôjo*, a menudo destacan por su capacidad para crecer, madurar y

<sup>68</sup> Como sucede en *Crayon Shin-chan*, pero hay excepciones, como *Sazae-san*, de Machiko Hasegawa (1946). Por lo general, en las series de animación o cómic de ambiente costumbrista y temática cotidiana no suelen crecer o madurar sus protagonistas. Muchas de ellas basan su éxito en la fidelidad de sus personajes a un carácter y modo de ser característico y definitorio, como en la producción norteamericana para televisión *The Simpson*.



30 evolucionar psicológicamente en función de las circunstancias que les toca vivir.

Algunos teóricos e investigadores asocian esta evolución con un recurso argumental habitual que denominan “viaje iniciático”<sup>69</sup>. El protagonista de la narración se nos presenta originalmente como un niño, que va creciendo hasta definir su carácter y personalidad y descubrir, por sí mismo, su misión en la vida. Estas historias, que a menudo suelen ser auténticas sagas de superación personal, son típicas de los géneros destinados al público adolescente, en donde se combinan los progresos del protagonista en su intento por lograr sus sueños, con su maduración psicológica, como sucede en series como *Captain Tsubasa (Campeones)* o *Naru-*

*to*<sup>70</sup> (fig.30-31). Estas epopeyas juveniles a menudo se dilatan a lo largo de miles de páginas para evidenciar la maduración de sus jóvenes protagonistas. No obstante, la publicación continuada durante años, el carácter comercial y la narración adictiva de estas historias forman asimismo parte consustancial de la estrategia mercantil de las grandes editoriales.

*“Aunque el manga - que apenas contiene publicidad - no se ha llenado con imágenes de productos a la venta, si se ha llenado con imágenes de numerosas personas. Es un medio notoriamente sociable. En sus páginas abundan multitud de personajes, cuyas aspiraciones, frustraciones y aventuras conforman la sustancia de las series manga. Los personajes manga tienden a manifestar físicamente aspectos de su personalidad, a través de sus exageradas expresiones faciales, desfallecen, sudan, lloran, sangran, están visiblemente emocionados, conmocionados, angustiados, avergonzados y sorprendidos. Es posible que los personajes de manga, siendo tan expresivos y fácilmente comprensibles emocionalmente, hayan ejercido una intensa atracción en un entorno contemporáneo que ha alentado unos altos niveles de auto-disciplina y un mayor control de las expresiones físicas y faciales”<sup>71</sup>.*

31





32\_ Masashi Kishimoto, "Naruto" (1999).

#### LA NARRACIÓN

La quintaesencia del lenguaje manga viene determinada por lo que se denomina "arte de la pausa", referido anteriormente como uno de los cuatro grandes logros del manga moderno. Para los especialistas del cómic, el elemento constitutivo más significativo del manga frente a otros tebeos es el "*tempus*" que rige la obra y el ritmo narrativo. En el cómic occidental la continuidad entre las viñetas de una historia responde a "*conexiones*

*de acción a acción, de tema a tema y de escena a escena*"<sup>72</sup>, y apenas utiliza otro tipo de nexos en los que el manga se prodiga, como la conexiones de *momento a momento y de punto de vista a punto de vista* (fig.32). Así, una acción que en un cómic americano o europeo fuese descrita con una o dos viñetas, podría ocupar varias páginas en el tebeo japonés. Este tipo de conexiones, junto con el complejo sistema de símbolos empleados habitualmente en el manga, forman parte de la esencia comunicativa japonesa. Frente a los

<sup>69</sup> MOLINÉ, Alfons. Op. cit. p. 32.

<sup>70</sup> Captain Tsubasa, de Yoichi Takahashi (1982) y Naruto, de Masashi Kishimoto (1999), que continúa publicándose en Japón en la revista semanal Shōnen Jump.

<sup>71</sup> KINSELLA, Sharon. "Adult Manga: Pro-establishment Pop-culture and New Politics in the 1990's". *Media, Culture and Society* 1999, Vol. 21.

<sup>72</sup> MOLINÉ, Alfons. Op. cit. p. 33.

sistemas de taxonomía urbana empleados en occidente, los japoneses se decantan por un modelo de zonas, a primera vista laberíntico y de gran complejidad para el visitante extranjero: “*Las calles no tienen nombre. Los números no tienen sentido. Los vencedores cambiaron muchas cosas de Japón. (...) Pero el plan estadounidense de implantar direcciones ‘más lógicas’ no tenía la menor esperanza de prosperar*”<sup>73</sup>. Pero este tipo de ordenación se haya mucho más próxima a las conexiones de momento a momento que el sistema lineal utilizado a menudo por el cómic occidental, y frente a la continuidad narrativa de este último, en el manga prevalece una visión múltiple de la página como conjunto, conectando desde la totalidad de la escena hasta el detalle: “*Es una toma de zoom. Empezamos por lo más amplio y luego vamos acercando el zoom hasta obtener el CU - close-up - del edificio*”<sup>74</sup>.

Lo mismo sucede con algunas manifestaciones artísticas tradicionales de la cultura japonesa, como la poesía haiku o el teatro kabuki, donde la potencia y presencia del momento se convierte en el eje de la representación. El manga, al igual que el teatro kabuki - “una forma artística que en otro tiempo había ostentado una reputación tan dudosa como la que hoy merecía el manga”<sup>75</sup> - se deleita en la captación y sublimación del instante. “La atención al ‘instante’ es característica de la cultura japonesa en su conjunto. En

la poesía china, la imaginación del poeta puede comenzar con flores y ríos y luego saltar repentinamente a los Nueve Cielos para cabalgar en dragón hasta el monte K’un-lun y retozar con los inmortales. El *haiku* japonés se centra en el momento prosaico. (...) En el *kabuki* puede haber una escena en la que dos personas charlan despreocupadamente; luego, por un detalle de la conversación, los dos personajes comprenden de pronto lo que de verdad sienten el uno por el otro. ¡En ese instante la acción se detiene, los actores se paralizan y a la izquierda del escenario los instrumentistas se lanzan al *battari!* (...) Mientras que la mayoría de manifestaciones teatrales intentan mantener la continuidad narrativa, el *kabuki* gira en torno a esos instantes cruciales de para y comenzar, comenzar y parar”<sup>76</sup>.

El manga se deleita en la narración del momento, y recurre a un gran número de viñetas para un lapso “en apariencia” breve de tiempo. Este tipo de arquitectura visual, lejos de construir narraciones lentas y tediosas, como tendería a sugerir su exagerado desarrollo, establece conexiones de gran dinamismo, motivadas en gran parte por la visión cinematográfica que presentan muchos de ellos. A menudo su concepción está mas próxima a los story-board cinematográficos que a la estructura tradicional de viñetas reticuladas. Los personajes y lugares parecen enfocados en todo momento por cientos de cámaras de una película de

<sup>73</sup> CAREY, Peter. Op. cit.p. 50.

<sup>74</sup> Ibid. p. 51

<sup>75</sup> Ibid. p. 84



33 acción, combinando dibujos de gran formato con pequeñas viñetas que se centran en los detalles. La descripción exhaustiva del detalle, que podría invitar a pensar en una deceleración del ritmo narrativo, genera, sin embargo, una imagen de gran dinamismo. La narración se sucede en el tiempo, frente al estatismo intrínseco del cómic clásico, donde el momento, independientemente del grado de acción o suspense, parece congelado. En el curso de una entrevista con Frank Miller, el afamado guionista japonés Kazuo Koike decía: *“El ojo se mueve en los cómics japoneses. Ésa es la diferencia fundamental entre éstos y los americanos. (...) Los cómics japoneses tienden a que una viñeta interfiera con la viñeta siguiente, formando una secuencia. Cuando Superman vuela en el cielo, si es dibujado en una sola viñeta, resulta una imagen estática. En los cómics japoneses,*

*un personaje volará a lo largo de tres viñetas mientras enfocan su cabeza, su cuerpo y sus pies”*<sup>77</sup>. La narración clásica americana resulta, pues, más descarnada, más objetiva. En un manga un simple juego de miradas o un mandoble podrían durar páginas. Las viñetas son terriblemente descriptivas, resultando incluso epitéticas. “Con su diseño dinámico, sus veloces trazos, sus efectos onomatopéyicos y el llamado ‘movimiento subjetivo’, (...) se diría que el género del manga transforma en pilotos a los lectores”<sup>78</sup>.

Kazuo Koike creó junto con el dibujante Goseki Kojima el celeberrimo manga *Kozure Ôkami*, publicado por primera vez en Japón en 1970, pero conocido mundialmente por el título de la edición norteamericana, *Lone Wolf and Cub (El Lobo Solitario y su Cachorro)*, publicada por First Comics en 1987 con portadas

<sup>76</sup> [KERR, Alex; Lost Japan; Lonely Planet Publications] en Ibid. p. 82-83.

<sup>77</sup> [MILLER, Frank: “Kazuo Koike y Goseki Kojima” (entrevista), Comics Interview nº 148, p. 50, 1995] en: MOLINÉ, Alfons. Op. cit. p. 33.

<sup>78</sup> GRAVETT, Paul. Op. cit. p. 98.

diseñadas por el artista Frank Miller. De *Kozure Ôkami* se dijo: “La obra de Kojima se caracteriza por un estilo enérgico, realista (que bebe de los *gekiga*), con un dibujo rápido, ejecutado a pluma y/o pincel con una gran espontaneidad en el trazo. Su sentido del desglose es vivo, intuitivo, y obedece a un rigor analítico en las posturas y los movimientos que muestra con precisión. gran especialista en los mangas de época, Kojima sabe ponderar con elegancia y sutileza las escenas de combate y sus primicias. Todo se basa en el sentido de la estética y de la coreografía. La elección de sus ‘encuadres’ está al servicio de la intención narrativa, la belleza de los gestos y la técnica del arte de la guerra en la más pura tradición de los samuráis”<sup>79</sup> (fig.33).

Lo dicho en los párrafos anteriores no atañe, no obstante, a la velocidad del discurso. El cine japonés a menudo se ha caracterizado por su ritmo pausado (frente a la narración americana, distintiva por su inmediatez). El manga, como el cine japonés, se deleita en el detalle y se recrea en el entorno. En muchos sentidos, recupera ese mismo tono en la narración general, aun cuando ello no afecta a la construcción formal de la escena.

## LA DIVERSIDAD

Uno de los motivos de la creciente aceptación y éxito del manga es, sin duda, su capacidad de

abarcarse la tradición cultural japonesa al tiempo que se abre a temáticas e influencias de todo el mundo. La literatura occidental y el cine han marcado en muchos aspectos a grandes dibujantes contemporáneos. Tezuka revolucionó el manga desde su experiencia con la animación americana y Hokusai, antes que él, había bebido del arte europeo y chino llegado a costas niponas. “Los grabados decimonónicos japoneses (...) - por trazo y exageración - encajarían perfectamente en un manga. En otras palabras, lo alto y lo bajo, lo histórico y lo moderno, se alzan a orillas de un mismo río. (...) Si bien los animés eran cultura pop, también eran arte e historia”<sup>80</sup>.

El manga, ha sabido ejemplificar la naturaleza dual de Japón mejor que otras disciplinas como la arquitectura o el cine; un país que ha sabido conjugar como pocos lo antiguo y lo nuevo, para participar de una de las sociedades más avanzadas del mundo desde su tradición más arraigada. “Es difícil de entender como actividades aparentemente anacrónicas e incongruentes como la ceremonia del té, el uso del kimono y las esperadas competiciones de poesía o caligrafía pueden coexistir en el Japón de hoy en día con la frenética carrera por adquirir el último gadget electrónico o con los adolescentes de Harajuku deseando vestirse con el estilo manga o anime”<sup>81</sup>.

Además, el cómic japonés ha buscado a lo largo de sus his-

<sup>79</sup> KOYAMA-RICHARD, Brigitte. Op. cit. p. 176.

<sup>80</sup> CAREY, Peter. Op. cit. p. 16.

<sup>81</sup> CALZA, Gian Carlo. “Past and Present: Tradition in the World of Today”. *Ukiyo-e*. p. 116.

toria, en esa diversificación de géneros, temáticas y tendencias, un modo de universalizar su discurso. Gran parte de su éxito estriba, precisamente, en lo versátil del planteamiento y en su aparente ambivalencia. “*De hecho, un buen número de eruditos japoneses han escogido la palabra “mukokuseki” para referirse al anime – y al manga en general – denotando “apátrida” o, básicamente, sin identidad nacional*”<sup>82</sup>. Esta hibridación enraizada en el marco de la identidad cultural nipona caracteriza a un medio que, desde su especificidad japonesa, es capaz de mirar hacia dentro, pero también hacia fuera. Se trata de una sociedad singular que, a pesar de su gran desarrollo económico y social, difiere de cualquier referente cultural propio de occidente. Como ya se anotó con anterioridad, Japón está considerado desde el punto de vista occidental como uno de los pocos países asiáticos con un índice de modernidad equiparable a las grandes potencias europeas o americanas y la segunda o tercera económica del mundo: “*El nivel de vida es alto, el pueblo está excepcionalmente bien educado, y el 90 por ciento de la sociedad japonesa se consideran “de clase media”. En lo tocante al arte, desde lo más tradicional hasta lo contemporáneo, tiene reconocimiento internacional. Es el único país asiático con dos Premios Nobel en literatura*”<sup>83</sup>. Algunos críticos, como S. Napier, vinculan el concepto “mukokuseki” anteriormente referido con la figuración no-japonesa e idealiza-

da antes descrita. Por una parte niegan su propia identidad cultural japonesa, pero, como dice Napier, tampoco se reafirman en un canon occidental: “*Sería más correcto decir que, más que un estilo figurativo occidental, los personajes están dibujados en lo que debería denominarse estilo figurativo manga*”<sup>84</sup>.

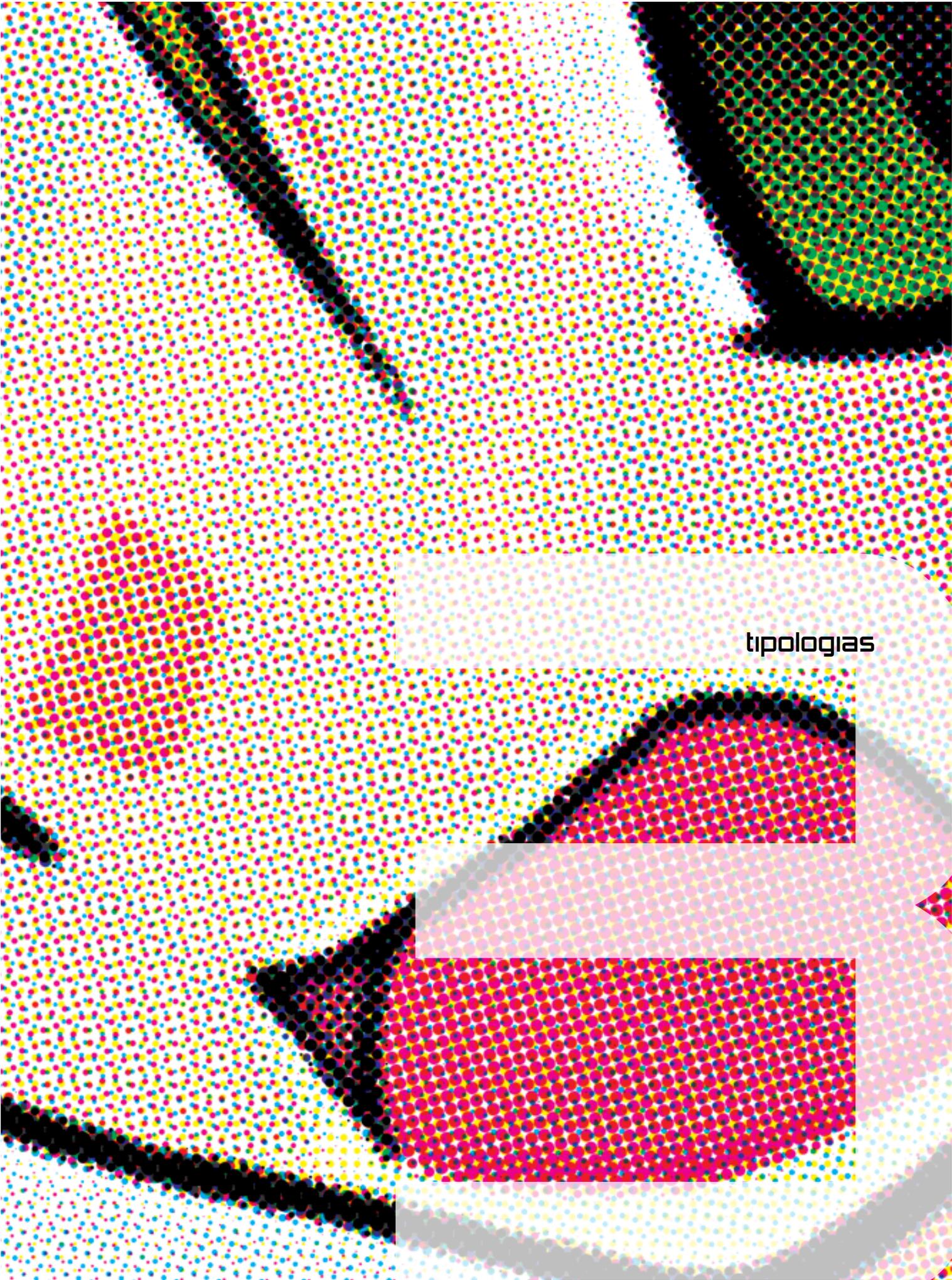
Para entender la importancia del manga en Japón, con independencia de la edad, el sexo o la clase social de los lectores, es necesario realizar una aproximación más detallada al complejo entramado que por géneros, sub-géneros y temáticas permite clasificar con cierto orden la vasta oferta narrativa del manga. En el siguiente capítulo se tratará de abordar con rigor y coherencia esta pluralidad de publicaciones, atendiendo a las características y peculiaridades definitorias de cada género, para establecer una tipología que, aun siendo flexible, permita comprender la importancia real del manga en el seno de la sociedad japonesa y el porqué de sus múltiples ramificaciones en la economía y cultura de esta nación.

<sup>82</sup> NAPIER, Susan J. Op. cit. p. 24.

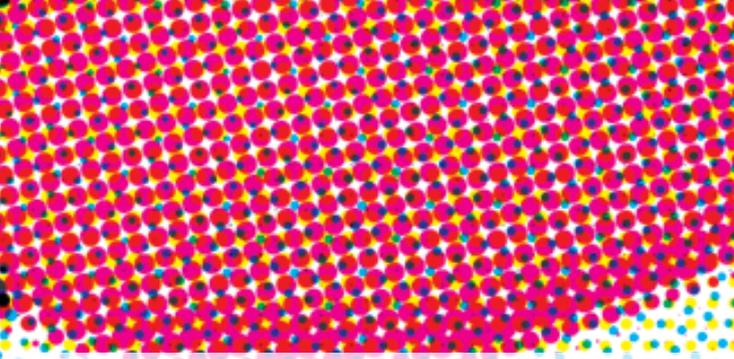
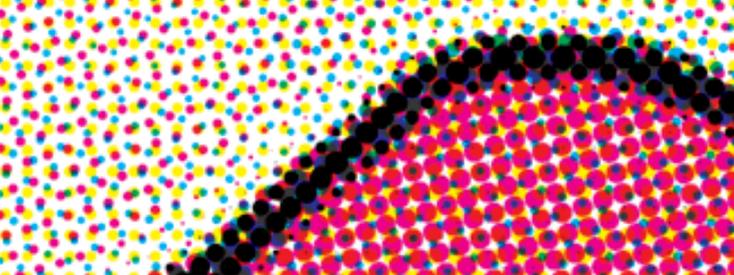
<sup>83</sup> NAPIER, Susan J. Op. cit. p. 26.

<sup>84</sup> Ibid. p.25.





tipologias



## tipologías del manga

### TEMAS GÉNEROS Y TEMÁTICAS

Uno de los aspectos que sin duda caracteriza a la narrativa gráfica japonesa, más allá de las peculiaridades formales del dibujo o los aspectos conceptuales e iconográficos presentes en la misma, es la enorme variedad de temáticas y géneros, a cuyo estudio se dirige el presente capítulo.

“Los japoneses han eliminado del vocabulario propio de este singular género los vocablos relativos a formatos y temáticas restrictivas habituales en las tiras ilustradas de los diarios; también desterraron de dicho vocabulario el clásico libro de cómics estadounidense de 32 páginas; y expandieron su potencial para

abarcarse una narrativa mayor y de formas más libres, que trata acerca de casi todo tipo de temáticas, destinada a ambos sexos y prácticamente a todas las edades y grupos sociales. Los japoneses han desarrollado el cómic hasta convertirlo en una poderosa literatura de masa capaz de competir con las alternativas actuales de ocio aparentemente más arrolladoras: televisión y cine. (...) Buena parte de las obras más exitosas en ambos medios provienen del manga, ya hayan sido adaptadas en forma de animación o en forma de producciones convencionales”<sup>1</sup>.

Como se ha referido con anterioridad, el carácter marcadamente comercial del manga así como su integración, difusión y popularidad en todos los estratos de población, independientemente

<sup>1</sup> GRAVETT, Paul. *Manga. La Era del Nuevo Cómic*. p. 12.

de su edad, género, o ideología e intereses, ha posibilitado el desarrollo de una ingente cantidad de publicaciones, de gran variedad temática y formal, dirigidas a los diferentes sectores de la sociedad japonesa; algo que, por otra parte, es sintomático de la idiosincrasia nipona y de su proceder cultural: el afán constante por definir y tipificar departamentos estancos en todas las facetas de la vida cotidiana, donde ningún individuo carezca de un lugar en la sociedad y pase, por tanto, *in-definido*. Ese intento constante de ordenación social ha posibilitado, en las sucesivas décadas desde finales de la II Guerra Mundial y hasta el presente, la aparición de multitud de nuevas revistas *mangashi* y publicaciones seriadas, inicialmente destinadas a un público infantil y juvenil, pero que con el paso de los años terminaron por diversificarse al tiempo que ganaban en especificidad, hasta construir un complejo entramado editorial con publicaciones infantiles y juveniles para diferentes edades y géneros, pero también otras destinadas a jóvenes adultos y oficinistas, mujeres maduras y de éxito, hombres de negocios, amas de casa y ciudadanos de la tercera edad. Esta misma variedad de géneros ha consolidado el desarrollo de un medio narrativo como el manga en Japón, considerado apto para todas las edades y de gran popularidad, frente a la perspectiva marcadamente pueril y un tanto superficial que se tiene del cómic en la gran mayoría de países occidentales desarrollados,

siendo este último relegado a un divertimento destinado exclusivamente a un público infantil.

Por todo ello, y a fin de acotar la enorme producción de títulos y series de publicaciones de manga, se intentará establecer una sencilla clasificación de las diferentes variantes del mismo, realizando una aproximación a aquellos elementos más significativos y apoyándose, al mismo tiempo, en distintos títulos de series manga reconocidas que puedan ejemplificar dichas características. No obstante, esta clasificación no pretende en ningún momento establecer una tipología hermética y cerrada, ni la separación tajante entre los diferentes grupos. A medida que se profundice en la lectura se podrá observar cómo muchas veces estas categorías presentan elementos afines entre sí, y como un manga difícilmente puede insertarse en un género estanco, sino que presenta rasgos comunes a muchos de ellos hasta el punto de definir infinitas subclasificaciones atendiendo a diferentes parámetros.

Los estudios críticos acerca del manga raramente alcanzan un consenso a la hora de establecer una única clasificación común, dada la gran diversidad de criterios priorizados por los investigadores y los aspectos constitutivos del manga a tener en cuenta a la hora de definir las diferentes tipologías. Así pues, esta clasificación podría realizarse acogiendo a los elementos conceptuales y temáticos de las

publicaciones, el público al que van destinadas las narraciones, o dada la puesta en escena de la obra y las singularidades formales del dibujo, considerando si este es naturalista o caricaturesco, sintético y abstracto o detallista y descriptivo. Por todo ello, en el presente estudio se establecerá una triple clasificación, atendiendo a su nivel de concreción, en temas, géneros y temáticas.

#### TEMAS

Se entiende por tema el asunto general que en su argumento desarrolla una obra. La clasificación por temas aquí referida remite a las narraciones universales, a la materia de las grandes historias que, sin entrar en detalles de desarrollo y planificación, ofrecen una panorámica general de la crónica. En la presente investigación se adoptará la estructura de tres temas establecida por Susan Napier<sup>2</sup> - el apocalíptico, el lírico-elegíaco, y el festivo-carnavalesco - a la que se añadirá un cuarto elemento o tema "épico", descrito en este capítulo. Sin duda, estas tipologías sirven para establecer una primera clasificación de las modalidades generales del manga, pero difícilmente pueden ofrecer una tipificación precisa más allá del grueso de la historia.

Los géneros y las temáticas se sitúan, a menudo, próximos en su concepción. Muchos estudios

e investigadores los engloban en una misma categoría, pero aquí se presentan como dos sistemas de clasificación diferentes, atendiendo a la singular significación y el matiz diferenciador existente entre uno y otro. De este modo, los géneros definen aquellas temáticas que se insertan exclusivamente - y salvo raras excepciones - dentro de un grupo social preciso, determinado a su vez por la edad y el sexo de las personas a las que va dirigido dicho manga: *kodomo-manga* o narraciones infantiles, *shōnen* (historias destinadas a chicos y adolescentes), *shōjo* (chicas y adolescentes) y *seinen* (dirigidas a hombres maduros); además, a los géneros anteriores se suman otros dos, atendiendo a su especificidad y su ubicación especial y distintiva dentro de un nicho de mercado preciso: el *ero-manga*, o cómic pornográfico, y los *dōjinshi* o fanzines. Frente a esto, se entiende por temática el conjunto de historias que versan sobre un mismo argumento, pero que no se dirigen exclusivamente a ningún estrato de población concreto, sino que podrían encontrarse en obras para públicos de diferentes edades y sexo sin distinción.

Asimismo, debe tenerse igualmente presente que ni temas ni temáticas son incompatibles entre sí dentro de un mismo género. No existen categorías cerradas, y si bien una obra puede tipificarse dentro de un único género manga por motivos evidentes, ello no significa que no puede reflejar al mismo

<sup>2</sup> NAPIER, Susan J. *Anime. From Akira to Howl's Moving Castle*. p. XIII

<sup>3</sup> El 20 de marzo de 1995, seguidores de la secta Aum Shinrikyo (o Verdad Suprema) fundada por el fanático Shōkō Asahara esparcieron gas sarín en el metro

tiempo elementos sintomáticos de dos o más temas, o presentar un desarrollo argumental que se inscriba simultáneamente en diferentes temáticas. Así pues, un manga para chicas jóvenes del género *shōjo* y, específicamente, perteneciente al subgénero *magical girl*, podría fácilmente incluir temática amorosa, cómica y fantástica en su narración, y presentar características afines a los temas apocalíptico y épico (fig. 1).

Para Susan Napier, el tema apocalíptico en el manga y el anime viene definido por el complejo trasfondo cultural japonés, fruto de los diferentes acontecimientos acaecidos a lo largo del siglo XX, especialmente en las décadas siguientes a la II Guerra Mundial y hasta nuestros días. Tras superar la posguerra y experimentar un ascenso socioeconómico que parecía imparable, la fortísima crisis económica que azotó el país en los años noventa y los atentados en el metro de Tokyo<sup>3</sup>, hicieron aflorar inquietudes, sentimientos y vivencias, durante mucho tiempo consideradas tabú, que hasta entonces habían permanecido latentes o pretendidamente olvidadas. Muchos de los autores, herederos de las bombas de Hiroshima y Nagasaki, recordaron los horrores pasados. Más que distopías de anarquismo y violencia, más propias del imaginario occidental, los japoneses se concentran en relatos profundamente apocalípticos. *“Mientras que algunos de estos animes apocalípticos, como las películas de Miyazaki, contienen visiones*



*de esperanza y renacimiento, la mayoría del circo apocalíptico es mucho más oscuro, centrándose en la mismísima destrucción de la sociedad y el mundo”<sup>4</sup>.* Esta visión apocalíptica también revela muchos de los temores y cicatrices de la sociedad japonesa contemporánea: la brecha generacional, la creciente misoginia a causa del cuestionamiento del rol masculino dominante en las familias modernas, y la fractura emocional de jóvenes - impotentes ante un futuro incierto y descorazonador - y adultos, inmersos en una realidad impersonal y deshumanizada.

El tema carnavalesco vendría a englobar al conjunto de historias histriónicas, marcadamente cómicas y festivas, que no sólo presentan elementos afines a la co-

de Tokyo, causando la muerte a doce personas e intoxicando a cientos de viajeros.

<sup>4</sup> NAPIER, Susan J. Op. cit. p. 29.

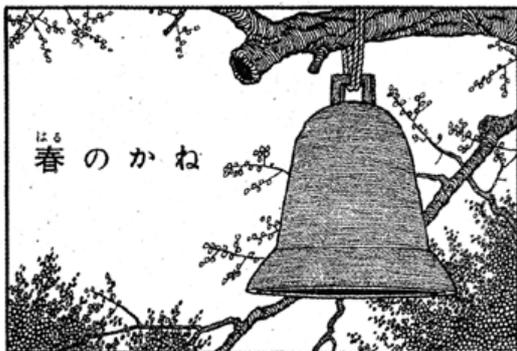
media al uso, sino que también recurren al retrato de la desinhibición, la burla y el absurdo en su sentido más amplio. Napier apela al término japonés “*matsuri*”, próximo a la noción occidental de carnaval, a medio camino entre la festividad o la verbena y el ritual, entra la orgía y la ceremonia religiosa, sin orientarse hacia ninguno de estos extremos pero participando de diferentes elementos de ambos, en donde la transmutación, la carnalidad y la hibridación son posibles en un caos ordenado, no destructivo, y donde lo dionisiaco y lo apolíneo conviven, reflejo de la coexistencia en armonía de lo antiguo y lo nuevo en la sociedad japonesa contemporánea. La pervivencia de un acontecimiento tan primitivo como el *matsuri* en la sociedad de la teleinformación es prueba de ello. Lo carnavalesco no sólo remite a la dimensión cómica o humorística del manga, sino también a las situaciones de enredo, la picaresca sexual y el erotismo, la exageración, lo grotesco o el cambio de género, entre muchas otras.

El tema lírico-elegíaco forma parte indisoluble de la tradición cultural japonesa, revisado con frecuencia a través de los poemas haiku, pinturas, grabados ukiyo-e y jardines. Napier no emplea la palabra elegía en su dimensión exclusiva de lamento por una muerte, sino en un sentido mucho más amplio para apelar al sentimiento melancólico y de romántica tristeza que impregna a todo japonés. Este sentimiento participa igualmen-

te de la nostalgia que inspira un mundo dividido entre su ancestral tradición y su impersonal modernidad, cambiante en todo momento. El deleite en el instante, y la contemplación de lo sublime en lo cotidiano a la vez que trascendente que habita en las pequeñas cosas, en las historias mundanas y aparentemente sencillas de cada día, son cuestiones abordadas en la narrativa y artes visuales niponas; desde los relatos de los inicios del período Meiji y los años de modernización a comienzos del siglo XX, con autores tan célebres como el escritor Yūnichirō Tanizaki o el novelista y Premio Nobel de literatura Natsume Sōseki, y hasta el cine japonés de posguerra en las historias de Yasujiro Ozu, todos ellos se insertarían en este discurso.

Por último, y al margen de la estructura de Susan Napier, se incluye en esta clasificación un cuarto gran tema al que remiten los manga, la épica, entendida ésta en dos vertientes: como manifestación de la superación personal y la adversidades; y vinculada a la tragedia. La primera es aplicable a todas aquellas historias de maduración y esfuerzo en las que el protagonista lucha por encontrar su camino en la vida. La segunda, aunque más evidente, resulta también mucho más interesante. El protagonista adopta el rol de héroe - sujeto a normas y códigos de honor - que nunca antepone sus necesidades al bien general y que no duda en sacrificarse por sus amigos, muchas veces

<sup>5</sup> Como sucedía claramente con la figura de Astroboy, de Osamu Tezuka.



(asociado al tema apocalíptico) en una suerte de redención para el género humano<sup>5</sup>.

## GÉNEROS

171

### *Kodomo-manga*<sup>6</sup>

Este género engloba todo el manga destinado a niños pequeños. Su nacimiento se produce con la publicación en 1923 de *Shô-chan no Bôken* ("Las aventuras de Shô-chan") en el diario Asahi Graph, con guión y dibujos de Oda Shôsei y Katsuchi Kabashima respectivamente (fig.2). Por lo general, la distribución de las viñetas responde a un esquema bastante clásico y sencillo, similar al que empleaba Tezuka en sus primeras obras, con la página dividida en tres o cuatro segmentos. Formalmente, este tipo de narraciones tampoco se prodigan en los juegos de diagonales o el empleo de recuadros verticales, más propios de las secuencias dinámicas y llenas de acción de los manga destinados a un público más adulto, sino que se enfoca en todo momento hacia una fácil lectura y comprensión. A ello contribuye la inserción de caracteres *kanji* y *kana* (silábicos), sirviendo estos últimos de apoyo a la lectura por parte de los niños más pequeños. Las historias suelen tratar la temática familiar o costumbrista, pero sin renunciar a elementos fantásticos o de aventura. Normalmente la narración se estructura en pequeñas



<sup>6</sup> El término japonés *kodomo* [子供] significa, literalmente, niño pequeño.

historias autoconclusivas, alejadas de las elaboradas fantasías destinadas a lectores más experimentados, cada una de las cuales presenta una trama muy sencilla que se resuelve en una única entrega. Así pues, cuando se trata de una serie manga de publicación semanal, el autor elabora una historia sencilla, condensada y sin elementos superfluos que pueda presentarse y resolverse en las pocas páginas - por lo general menos de veinte - que conforman cada entrega. Estas historias destinadas a niños perpetúan en cierto modo la tradición más antigua del cómic infantil, caracterizadas, a menudo, por su carácter didáctico o moralizante, aunque pueden centrarse exclusivamente en lo humorístico y divertido, sin otra finalidad que el entretenimiento en sí mismo.

Uno de los *kodomo-manga* más famosos de la historia es *Doraemon* (fig.3), creado por el dúo Fujio-Fujiko en 1970. Su protagonista es el gato-robot que da nombre a la serie, y cuya cabeza se parece a un pastelillo tradicional japonés llamado *dorayaki*, al que debe su apodo<sup>7</sup> (fig.4). Procedente del año 2112, el celeberrimo gato de color azul, que carece de orejas porque se las comieron los ratones<sup>8</sup>, tiene en su haber un bolsillo mágico, a modo de marsupio, del que puede extraer todo tipo de objetos sorprendentes y disparatados. Un día llega al cajón del escritorio de Nobita Nobi, un niño despistado y un poco tonto de la época presente, viajando desde el futu-



3

ro por encargo de sus familiares con la misión de ayudarlo. Desde ese momento, Nobita junto con sus amigos de la escuela y con la ayuda de Doraemon, intentará superar los pequeños problemas del día a día, mientras se sumerge en las aventuras más inverosímiles. *Doraemon* es uno de los títulos más importantes de la historia del manga y en Japón su popularidad es comparable a la de Mickey Mouse en el resto del mundo. La publicación editorial fue adaptada para la televisión en un primer momento en

<sup>7</sup> El nombre "Doraemon" es un acrónimo formado por el vocablo *dorayaki*, un pastelillo relleno de alubias dulces típicamente japonés, y el sufijo "mon", que significa monstruo, como sucede en las series *Pokemon* (acrónimo de *Poket Monster*) y *Digimon* (*Digital Monster*).



- 5 1973 y posteriormente en 1979, continuando su emisión ininterrumpidamente hasta nuestros días. Sus aventuras superan los mil capítulos semanales y decenas de películas estrenadas en los cines.

El dúo de dibujantes Fujio-Fujiko, formado por Hiroshi Fujimoto y Motô Abiko, también fue el responsable de la creación del manga *Ninja Hattori-kun* ("El Ninja Hattori"), publicado entre 1964 y 1966 en el semanario *Shônen Sunday* (fig.5). Adaptado años más tarde como anime para la televisión, la serie narra las aventuras cotidianas de Keni-

chi, un estudiante de primaria, y un simpático y resolutivo *ninja* llamado Hattori, con quien entabla amistad. Con una dinámica narrativa muy parecida a la empleada en *Doraemon*, a lo largo de los diferentes capítulos se suceden situaciones embarazosas y problemáticas para Kenichi, a menudo provocadas por un envidioso *ninja*, rival de Hattori, llamado Kemumaki. Del mismo modo que *Doraemon* hacía uso de su fabuloso repertorio de artilugios para rescatar a Nobita, Hattori siempre sale en defensa de Kenichi empleando las más absurdas e ingeniosas técnicas *ninja*.

Dentro del género infantil *kodomo-manga*, también destaca el célebre personaje de *Anpanman* (fig.6), obra del mangaka Takashi Yanase. Desde su aparición en 1968 y hasta la actualidad, ha vendido más de cincuenta millones de ejemplares de sus aventuras. Asimismo, en la década de 1980 se estrenó un anime inspirado en las aventuras de *Anpanman*, emitidas desde entonces en la Nippon Televisión. Aunque no goza de la misma popularidad y respaldo que *Doraemon* en el resto del mundo, dentro de Japón *Anpanman* es una de las figuras infantiles más conocidas, rivalizando con el personaje de Fijio-Fujiko. La notoriedad de *Anpanman* en Japón está fuera de toda duda, e independientemente de su enfoque hacia un público claramente infantil, el personaje es conocido por multitud de espectadores de todo el país. Al igual que suce-



<sup>8</sup> De ahí el pánico que el personaje dice sentir por los ratones, a pesar de tratarse de un gato.

de con *Doraemon*, el nombre de *Anpanman* tiene su origen en un pastelillo japonés llamado *anpan*, consistente en un bollo dulce relleno de pasta de alubias rojas. La cabeza del personaje esta fabricada - literalmente - con *anpan*, de ahí que su mayor debilidad sean los líquidos y brebajes calientes, porque reblandecen el panecillo que tiene por cabeza. Cuando la cabeza de Anpanman se reblandece, el anciano Jam Ojisan hornea una nueva, que sustituye a la anterior, ayudándole así a recuperar su fuerza y poderes. En cada capítulo, Anpanman se enfrenta al malvado Baikinman, que desarrolla todo tipo de engendros mecánicos con la intención de vencer al héroe y conquistar el planeta.

### ***Shōnen-manga y Seinen-manga.***

El *shōnen-manga* define al conjunto de publicaciones destinadas a chicos jóvenes y adolescentes, y constituye una gran parte del mercado del cómic japonés actual<sup>9</sup>, capitalizando las publicaciones que alcanzan una mayor tirada, como la *Shōnen Jump* o la *Shōnen Magazine*, así como otros semanarios de éxito de las grandes editoriales (Kodansha, Shueisha y Shōgakukan). Además, estas revistas suelen concentrar a los autores y series más populares entre el público extranjero – no sujeto a los grupos de edad y sexo propios del país nipón – y gozan de una buena acogida entre los chicos y chicas de esas edades.

No es estrictamente correcto hablar de un género *shōnen* independiente, tanto por el amplio abanico de temáticas que tienen cabida dentro de este género, como por la ausencia de rasgos narrativos y formales característicos, presentes de manera muy clara en el género *shōjo* para chicas. No obstante, convencionalmente se establece la tipología *shōnen*, por albergar un amplio conjunto de historias dirigidas a un espectro de población japonesa preciso, limitado a varones adolescentes y jóvenes, así como por la importancia de este sector en el conjunto de las publicaciones editoriales. Además, su entidad como género autónomo tiene su razón de ser fuera del mercado editorial japonés - más hermético para traspasar las limitaciones de género y edad del público - en beneficio del mercado occidental, por diversos motivos. El más evidente, si cabe, es su visibilidad por oposición al *shōjo-manga*, lo cual facilita al tiempo su reivindicación como género propio a pesar de su indeterminación temática y formal. Además, en occidente, las historias de *shōnen* comercializadas no sólo van dirigidas al público masculino y juvenil, sino que son consumidas habitualmente tanto por chicas como por adultos que, pudiendo haber disfrutado de este tipo de series desde su infancia y adolescencia, siguen siendo compradores activos de *shōnen*. Dado que el lector occidental se rige por un sistema mercantil diferente al japonés, sin la presencia masiva de los semanarios *mangashi* y

6



<sup>9</sup> De las 281 publicaciones de manga impresas en 2002, las 21 revistas catalogadas como *shōnen* (para chicos) alcanzaron el mayor porcentaje de ventas, del 38,4%, respecto a otro tipo de publicaciones. La categoría constituida por revistas masculinas (*seinen-manga*), alcanzó unas cifras relativas del 37,7% de todas las ventas de revistas manga de ese mismo año. Lo más significativo, a pesar de la proximidad de ambos datos, es que este segundo subgrupo está constituido por un total de 54 publicaciones diferentes, lo que da a entender claramente la gran popularidad de algunos títulos *shōnen*. El tercer grupo por porcentaje de ventas fue el constituido por revistas para chicas *shōjo*, con unas cifras notablemente inferiores respecto a los dos primeros, de tan solo un 8,8%. Fuente: Shuppan Geppo, Research Institute for Publications (2002)



7\_Yoichi Takahashi, "Captain Tsubasa" (1982).

sujetos a las publicaciones recopilatorias *tankôbon*, de mayor calidad de impresión pero más caras, un público joven pero con poder adquisitivo es una clientela muy atractiva para las editoriales importadoras de manga en sus respectivos mercados. Además, si bien en occidente se comercializan tanto series ya finalizadas como otras colecciones de tirada regular en Japón, en el caso de estas últimas pueden pasar varios años hasta que el lector, en su origen adolescente, pueda completar dicha colección.

El *shônen* suele tratar casi todas las temáticas propias del manga narrativo, cuyas características se analizarán más adelante con detenimiento: fantasía, aventuras, ciencia-ficción, temática policíaca, histórica, humorística y, en especial, deportiva. Mención aparte merece el *konjô-manga*, que podría considerarse un subgénero específico del

*shônen-manga*. *Konjô* significa "redaños" y denota, en un sentido más amplio, fuerza, brío y valor. El *konjô-manga* se centra en los valores de la amistad y el esfuerzo, así como en la exaltación de la superación personal para la consecución de los objetivos marcados. A menudo, las historias de temática deportiva y el *konjô-manga* se presentan bajo una misma fórmula conocida como "spokon", resultante de la contracción de los vocablos *sport* y *konjô* (fig.7). Además, existe otro subgénero dentro del *shônen*, conocido como *yuri-manga*, que presenta historias en las que se narran relaciones homosexuales entre chicas, pero enfocadas desde un punto de vista emocional y sin contenido erótico o sexual, y que funcionaría a modo de réplica para el *shônen-ai*<sup>10</sup> característico del género *shôjo* para chicas. Dada su especificidad y el público al que se dirigen sus historias, es infrecuente que se desarrolle paralelamente al resto de historias presentadas habitualmente en las publicaciones *shônen*.

El título *shônen* por antonomasia es *Dragon Ball* (de Akira Toriyama; fig.8), posiblemente el mayor logro editorial de la historia nipona; de lo que no hay duda, es de que, con más de 150 millones de ejemplares vendidos en Japón, y su masiva distribución en el extranjero<sup>11</sup>, constituye el mayor éxito comercial de la historia del manga. Su popularidad sin precedentes catapultó las cifras de ventas del semanario *Shônen Jump* por encima de la

<sup>10</sup> El *shônen-ai*, entendido en su acepción occidental, presenta historias centradas en relaciones homosexuales entre chicos, sin sexo, solo sentimentales, al contrario de lo que sucede en el género *yaoi*, destinado mayoritariamente a un público femenino, que se caracteriza por su carga erótica y sexual.

<sup>11</sup> La cifra conjunta de ejemplares en circulación en Japón y otros países extranjeros se estima superior a los 300 millones de unidades.

barrera de los seis millones de ejemplares vendidos semanalmente, durante su momento de mayor apogeo, a mediados de la década de los noventa, situando a esta publicación de la editorial Shueisha como la revista semanal más vendida de Japón, muy por encima de las restantes competidoras de este género en el mercado. Fuera de Japón, su éxito arrollador capitaneó una primera edad dorada del manga en occidente, amparado, en gran medida, por la notoriedad alcanzada por la adaptación a serie de anime del manga original. Inicialmente inspirado en el personaje de Sun Wukong, el rey mono de la leyenda budista “Viaje al Oeste” escrita en China en el siglo XVI, *Dragon Ball* narra las aventuras del pequeño Son-Gukû, un niño de gran corazón e increíble fuerza y talento para la lucha, en su búsqueda de las siete bolas del dragón, bajo la premisa de que quien consiga reunir las podrá invocar al dragón sagrado Shenron y obtendrá cualquier deseo que pida. La historia, que describe a lo largo de más de siete mil quinientas páginas los progresos del protagonista desde su infancia hasta su madurez y vida adulta, narra la epopeya de este joven guerrero, heredero de una raza de luchadores intergalácticos, en su afán por proteger junto con sus amigos y aliados al mundo y a sus seres queridos de las fuerzas del mal, hasta convertirse en el guerrero más poderoso del universo (fig.9). La serie, que inició su publicación en la Shonen Jump en Noviembre de

1984, no concluyó hasta 1995, cuando se publicó el último capítulo, alcanzando un total de más de 500 entregas semanales, recopiladas inicialmente en 42 tomos formato *tankôbon* y, con posterioridad, en 34 tomos de lujo *kanzenban* (publicados en España entre los años 2006 y 2007 con el Nombre de *Dragon Ball Ultimate Edition*, por la editorial Planeta de Agostini).

El término *shônen* (少年) está formado por los caracteres *shô* (少), que indica poco o pequeño y *nen* (年), que denota año. Transcrito, su significado sería “de corta edad” o “de pocos años”<sup>12</sup>. La palabra *seinen* (青年) está compuesta por los ideogramas de “azul” (青), que según la tradición japonesa denota juventud, y *nen* (年); su traducción vendría a equivaler a “joven”. La frontera que separa a un género del otro no está claramente definida, al contrario de lo que sucede con otras categorías del manga. En las últimas décadas, tanto las temáticas como los enfoques de las obras *shônen* y *seinen* han evolucionado progresivamente hasta situarse muy próximas en la actualidad. Ambos géneros presentan numerosas semejanzas entre sí, hasta el punto de que, en occidente, a menudo se emplean indistintamente para



<sup>12</sup> La palabra *shônen* no solo significa “chico” o “niño”. Los ideogramas *kanji* que la conforman - literalmente “de corta edad” - también denotan “de corazón puro”.



9

referirse a un mismo producto. En el mercado europeo y americano el consumidor habitual de seinen y shōnen raramente evidencia esta diferencia, y consume ambos productos indistintamente. Shōnen, en un sentido estricto, alude a adolescentes y niños, mientras que el género seinen se dirige a jóvenes mayores de edad, universitarios y adultos en su veintena. La diferencia más significativa y apreciable a simple vista entre una obra del género *shōnen* y *seinen* es la ausencia de *furigana*<sup>13</sup> en el segundo, lo que indica clara-

mente que esta se dirige a un público adulto.

El *seinen-manga*<sup>14</sup> está dirigido mayoritariamente a jóvenes adultos. Las tramas que reflejan sus historias son, a menudo, más complejas y arduas que las desplegadas en el *shōnen-manga*. Aunque presentan temáticas afines, la mayoría de las historias se caracterizan por desarrollar un relato maduro y vanguardista, más alejado de los arquetipos propios de las publicaciones más comerciales, y priorizando cuestiones como la política, la violencia o el erotismo. Para muchos autores el género *seinen* aglutinaría gran parte de las inquietudes y características de los primitivos *gekiga*, en relación con los manga de temática adulta aparecidos en la década de los sesenta. De hecho, algunos críticos japoneses continúan utilizando esta denominación como sinónimo de *seinen-manga*. Como se pudo ver en el capítulo de evolución histórica, el término *gekiga* (literalmente "imágenes dramáticas") fue acuñado por Yoshihiro Tatsumi en 1957 para definir sus cómics de temática dura y realista, y adoptado por sus contemporáneos como respuesta al tono infantil o chistoso de los *kodomo-manga* y tiras cómicas de la época. En sus orígenes el *gekiga* se caracterizaba por exhibir una gran carga erótica, pero hoy el sexo, aunque presente en muchas de las obras destinadas a un público adulto, no se considera el eje central de la obra, sino un recurso más en la narración. El sexo

<sup>13</sup> La escritura furigana está formada por caracteres silábicos *kana* (*hiragana* o *katakana*), de pequeño tamaño, situados encima o a la derecha de los ideogramas *kanji*, a modo de anotación para indicar la pronunciación de los mismos.

<sup>14</sup> No debe confundirse con una modalidad de porno-manga de idéntica pronunciación, pero que se escribe con *kanjis* distintos.

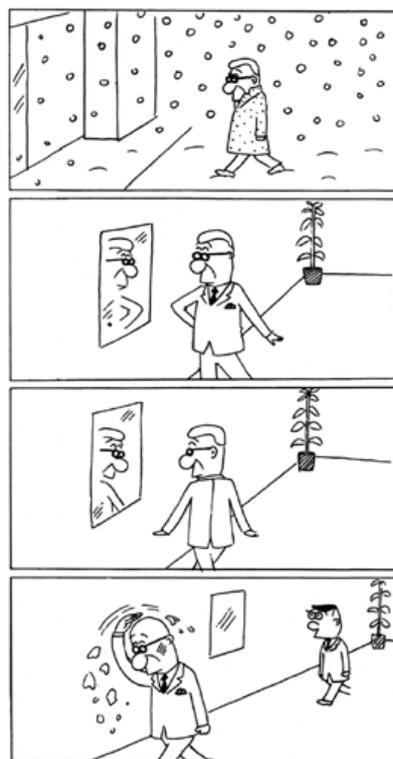
como tal se presenta en muchas modalidades diferentes de porno-manga, pero pertenece a otro estrato del mercado, con publicaciones específicas.

En sus comienzos el *gekiga* se centraba en el desarrollo de relatos breves, inferiores a las cien páginas, pero con el tiempo comenzaron a popularizarse las epopeyas más largas. Algunos autores de gran prestigio, como Goseki Kojima o Shigeru Mizuki, vinculados inicialmente a las bibliotecas ambulantes *kas-hibon-ya* hasta su caída por la presión y desarrollo editorial en las décadas de 1970 y 1980, posibilitaron de generalización de nuevas historias más arriesgadas y vanguardistas, publicadas en formato A5, que representaron, durante mucho tiempo, la cúspide del manga subcultural. Heredero y garante de la tradición del *gekiga* más prestigioso, el *seinen-manga* se presenta en algunos aspectos como una alternativa seria para adultos a la prosa narrativa. Con todo, la determinación "dramática" implícita en el término original *gekiga* no es plenamente reivindicable en el manga adulto actual, que abarca todo tipo de temáticas, incluida la humorística.

Uno de los subgéneros característicos del *seinen-manga* tiene sus orígenes en el *gekiga* de los años ochenta. Destinado a un público maduro, compuesto en gran medida por hombres de negocios, trabajadores y ejecutivos, el manga para adultos de temática laboral o burocrática –

*sarariman-manga* – experimentó una gran expansión en las últimas décadas. Ambientado en los lugares de trabajo, edificios de oficinas y grandes empresas (fig.10), el *sarariman-manga* recupera el espíritu adolescente de superación, propio de las historias *konjô-manga*, y se centra en la lucha y esfuerzos del protagonista por ascender en la empresa o por vencer a la competencia. Estas historias, que se aproximan a la realidad laboral cotidiana del trabajador japonés, pueden presentar un enfoque paródico y jocoso o ser de corte realista, introducir romance en el hilo argumental de la historia o trasladar la acción, con matices autobiográficos, al estudio de un *mangaka* (fig.11). Este subgénero presenta, además, una modalidad no vinculada directamente al mundo del trabajo sino en alusión a los hobbies y aficiones de los protagonistas, de entre las cuales destaca la temática gastronómica (fig.12). En su faceta más juvenil estos manga inciden de nuevo en el espíritu competitivo, presentando campeonatos de cocina o duros desafíos que ha de superar el inexperto cocinero. Cuando están dirigidas específicamente a lectores más maduros, las historias suelen combinar la faceta laboral con la cocina, y a menudo contienen recetas o consejos culinarios. Junto a este tipo de historias, en los últimos años se han diversificado, con creciente popularidad, los manga centrados en los juegos de azar o en las salas recreativas de Pachinko<sup>15</sup> (fig.13).

10\_Sanpei Satô, "Fuji Santarô" (1976).



<sup>15</sup> De las 281 revistas de manga impresas en Japón en 2002, 104 de ellas correspondían al grupo tipificado como "Otras Publicaciones", con un porcentaje de ventas de un 8,4% sobre el total, de las cuales 22 tenían entre su temática principal el Pachinko y juegos de azar. Fuente: Shuppan Geppo, Research Institute for Publications (2002)

12\_ Dos escenas distintas de "Tekka no Makihei", de Yūichirō Ōbayashi y Yasuyuki Tagawa (1974). >>



11\_ Osamu Tezuka representado, junto a algunos de sus personajes más célebres, en la obra de Yoshihiro Tatsumi titulada "Gekiga Hyoryu".



13\_ Jirō Gyū y Ryō Sakonji, "Pachinkā ninbetsu-chō" (1975).



En el género *seinen* la sexualidad se utiliza como intensificador de la historia (fig.14), pero nunca como eje central y objeto único de la misma, al contrario de lo que sucede en el *Lady's Comic*, de carácter pornográfico y destinado a mujeres adultas, donde este tipo de historias y desarrollo argumental - que se analizará con detenimiento más adelante - se emplean, de modo recurrente, sólo como pretexto narrativo para contextualizar la historia y poder incidir en el carácter marcadamente sexual de este tipo de manga. Además, el grueso de las historias del género *seinen* que inciden en la temática laboral y en las narraciones de hobbies y juegos de azar, guionizadas y dibujadas por autores varones, se dirigen casi en exclusiva a un público masculino, mientras que las obras destinadas a mujeres asalariadas y oficinistas rara vez inciden en estos planteamientos argumentales y suelen ser de temática romántica o erótica.

En los últimos años se han alzado numerosas voces frente a lo que consideran una excesiva mercantilización del género, en claro detrimento de la calidad de las historias. Varios críticos contemporáneos opinan que, con excepción de algunos manga más experimentales producidos en los últimos años, la capacidad de innovación de las historias masculinas - ya sean infantiles, *shōnen* o *seinen* - se estancó a finales de los años sesenta. Aun sin adoptar un enfoque tan pesimista, hay que reconocer que gran parte del manga para jóvenes que se produce hoy en día responde a un esquema conformista, estereotipado y comercial, en absoluto rompedor, y que muchas de las grandes innovaciones y nuevas propuestas han surgido del manga destinado a chicas y mujeres adultas, así como en otras publicaciones más marginales. Al prolongado y sostenido descenso de ventas de publicaciones semanales de manga *shōnen* de mayor tirada, se ha sumado una creciente de-

manda de títulos clásicos – antiguos, pero con calidad garantizada – por parte del consumidor, en claro detrimento de las nuevas propuestas.

En los años noventa se consolidó una nueva corriente estética y temática dentro del seinen-manga que no buscaba sus orígenes en el *gekiga* de décadas anteriores. Las historias violentas, las sagas de aventuras y ensoñaciones juveniles dan paso a un conjunto de narraciones más tranquilas y sosegadas, centradas en las vivencias cotidianas, y herederas, en cierto modo, del espíritu costumbrista de los primitivos *katei-manga* de principios del siglo XX, pero muy alejadas del primitivismo visual y narrativo de aquellas tiras cómicas. Los modernos *katei-manga* son elaboradas narraciones capaces de competir con la prosa narrativa contemporánea en Japón. Uno de los representantes más célebres de esta tendencia, en buena parte por el gran reconocimiento de crítica y público a nivel internacional, es Jirô Taniguchi (fig.15). Sus delicadas historias, serenas, emotivas y melancólicas se completan con un dibujo detallista y elaborado, y un grafismo rotundo. Taniguchi ejemplifica con maestría el tema lírico-elegiaco definido por Susan Napier en el manga contemporáneo. La naturalidad y cotidianidad de sus narraciones recuerdan a la mejor tradición del cine de oro japonés, próximas a los relatos de Ozu. Su dibujo limpio y metódico, con gran dominio de la línea, y el uso de

una estructura ligeramente clásica en el conjunto de la página, combinada con el control del plano-secuencia en el papel, recuerdan a las tomas del cineasta tokiota con su objetivo de 50 mm. “Sus obras son la cristalización de la tira cómica occidental y del manga”<sup>16</sup>.

Uno de los autores más significativos y reconocidos de las últimas dos décadas es Katsuhiro Ôtomo. Ôtomo no sólo es reverenciado por la calidad de sus historias gráficas, sino también por su labor como director, guionista y productor cinematográfico de anime, pero la notoriedad mundial se debe, en gran medida, a la celeberrima película *Akira* (アキラ), adaptación de su manga homónimo, realizada en 1988<sup>17</sup>. Tanto el manga (publicado entre 1982 y 1991 en la revista seinen Young Magazine; fig.16) como la película obtuvieron el reconocimiento inmediato de público y crítica como clásicos dentro de sus respectivos géneros. Junto con las aclamadas producciones del Studio Ghibli y del director Hayao Miyazaki, *Akira* es, probablemente, la película de anime más influyente de la historia de Japón. El salto cualitativo experimentado en la animación, el elevado presupuesto (tratándose de una producción japonesa) y el cuidado diseño de personajes y minuciosa recreación de fondos y escenarios marcaron un antes y un después en la industria cinematográfica nipona. El cómic *Akira* y la producción animada transformaron para siempre la forma de en-



14\_Naoki Yamamoto, "Asatte Dance" (1989).

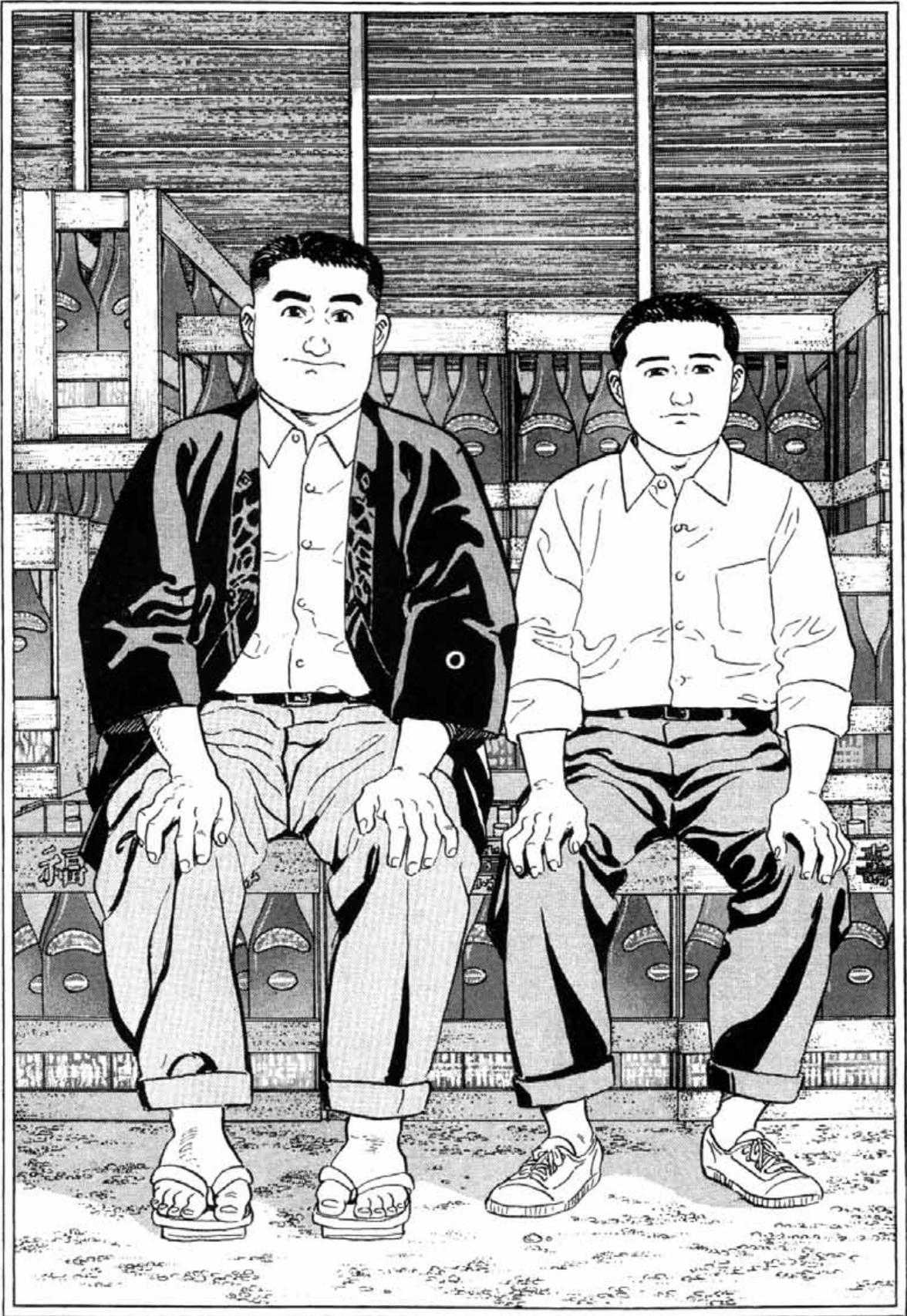
15\_Jirô Taniguchi, "Chichi no koyomi" (El almanaque de mi padre, 1994). >>

16



<sup>16</sup> KOYAMA-RICHARD, Brigitte. *Mil Años de Manga*. p. 204

<sup>17</sup> La película, producida años antes de la conclusión del manga presenta elementos comunes en la trama, más larga y compleja, pero su desarrollo diverge de la línea argumental del cómic que evoluciona por separado.



tender el manga y el anime en Occidente, revelándose como un producto de indudable calidad literaria y cinematográfica respectivamente. Las diferentes ediciones internacionales del manga *Akira*, una epopeya futurista de más de dos mil páginas, posibilitaron para muchos aficionados occidentales un primer contacto con el medio gráfico japonés. *Akira* es una historia de amistad, acerca de dos amigos que dejan de serlo, ambientada en un universo posapocalíptico y ciber-punk, y una ciudad aberrante llamada Neo-Tokyo. “Fuerzas físicas incontenibles, destrucción de ciudades y deformaciones físicas surgen descontroladas de las páginas de *Akira*. La pura intensidad y precisión de los relatos gráficos de Katsuhiro Ôtomo subieron la cota del potencial expresivo del manga”<sup>18</sup>.

Si las páginas de Taniguchi recuerdan al cine de Ozu, las publicaciones de Ôtomo remiten a Kurosawa. Su obra gráfica, tanto por la madurez y complejidad argumental como por la crudeza visual de muchas imágenes, resulta difícil de ubicar, a medio camino entre el manga para chicos y el *seinen-manga* para adultos, donde sus temáticas desconcertantes parecen hallar su lugar natural. Ôtomo ha sido presentado por diferentes críticos e investigadores como un gran renovador llamado a derribar a Osamu Tezuka, como lo hizo este en el pasado con las convenciones anteriores. Su mérito más notorio radica en su capacidad para romper la excesiva

influencia del maestro Tezuka con su realismo actualizado, semejante en algunos aspectos a Taniguchi, independientemente de las diferencias temáticas y argumentales. Ambos se caracterizan por una representación naturalista de las facciones japonesas, con los ojos pequeños y rasgados, y las narices chatas (fig.17). Su obra se define por un doble distanciamiento, existente entre los personajes y el espectador – incrementado por la singular caracterización de los mismos, que dificulta por momentos su identificación – y entre su mirada y la realidad a la que se remite. El dibujo de Ôtomo es frío, aséptico, quirúrgico por momentos; los detalles excesivos y el estatismo - casi rigidez - de las acciones devienen en una atmósfera inquietante. En *Akira*, Ôtomo prescinde por momentos de las convenciones acerca de las onomatopeyas y las líneas cinéticas, congelando para siempre, en absoluto silencio, la narración, reducida ahora a un conjunto de instantáneas. “*Akira* – la película de animación – *no podía sino desmerecer, dada la necesidad de concretar voces y ruidos. Lo cual restituye una dimensión corporal a lo que había sido previamente descarnado*”<sup>19</sup>.

### ***Shôjo-manga*<sup>20</sup> y *Josei-manga*.**

El manga destinado a chicas jóvenes es, con diferencia, el más característico y singular de todo el panorama editorial japonés. Sus peculiaridades formales y su importancia cultural son tan significativas, que algunos críti-

<sup>18</sup> GRAVETT, Paul. Op. cit. p. 109.

<sup>19</sup> BERNDT, Jacqueline. *El Fenómeno Manga*. p. 71.



17 cos dudan en tildarlo únicamente como género, reivindicándolo como un estilo narrativo en sí mismo. Más aún, la repercusión del *shôjo* trasciende los límites del mercado nipón, hasta el punto de que para muchos occidentales el estilo gráfico y clichés exhibidos en las publicaciones del género para chicas son, por extensión, los de todo el manga.

Al tratar la evolución experimentada por el *seinen-manga* en las últimas décadas se hacía hincapié en la capacidad creativa e innovación de muchas autoras de este género, en detrimento de sus homólogos masculinos, y como buena parte de la crítica coincide en que es el *shôjo-manga* quien atesora la mayoría de las innovaciones, así como nuevas y originales propuestas del cómic japonés actual. Por desgracia, en un género tan codificado como el manga para chicas, también existen innumerables productos de baja calidad, que repiten miméticamente la fórmula del éxito comercial empleada en otras series que han gozado de popularidad en el pasado. Hoy en día, las publica-

ciones de mayor tirada en Japón siguen estando acaparadas por las revistas *shônen*. No obstante, esta tendencia se invierte en lo relativo a cifras de ventas en el extranjero. Las chicas y jóvenes occidentales son ávidas consumidoras tanto de manga *shônen* como *shôjo*, en un mercado que no establece distinciones de género más allá de la simple nomenclatura y el gusto de comprador.

Anteriormente se ha insistido con vehemencia en la realidad del sistema editorial japonés en comparación con otros mercados occidentales del cómic, cuyas cifras de ventas no tienen parangón. Esta afirmación es, si cabe, más acusada en lo tocante al cómic femenino. Hoy en día no existe ningún mercado occidental que rivalice con el nipón en volumen de ventas a mujeres. Lo mismo sucede en lo tocante al número de ilustradoras y guionistas de sexo femenino. La división de géneros propia del mercado editorial japonés se traslada a los dibujantes de manga: la inmensa mayoría de las *mangakas* de *shôjo* son mujeres. Al contrario de lo que sucede en el sector del cómic europeo o americano, donde una abrumadora mayoría de dibujantes son varones, la estructura editorial japonesa se caracteriza por un reparto equilibrado de ambos sexos. Ello no significa, además, que no haya dibujantes varones de *shôjo*— el propio Tezuka fue uno de los primeros en inaugurar el género — o viceversa: grandes dibujantes femeninas de manga para chi-

<sup>20</sup> Al igual que el término *shônen*, la palabra *shôjo* está compuesta por el ideograma *shô* (少), que indica poco o pequeño, y el carácter *jo* (女), que significa mujer. Ambos ideogramas juntos denotan "mujer joven" o "muchacha". La voz japonesa *josei* (女性) también consta de dos ideogramas kanji. El primero de ellos - *jo* (女) - es el mismo que el empleado en la palabra *shôjo* indicando "mujer"; el carácter *sei* (性) nada tiene que ver con el kanji homófono *sei* (生), que indica madurez o antigüedad, sino que denota, de un modo neutral, "género". En un sentido estricto, la voz nipona *josei* significa simplemente hembra o mujer.



cos, como Rumiko Takahashi, célebre por sus éxitos en todo el mundo con series como Urusei Yatsura (Lamu), Maison Ikkoku, Ranma 1/2 o Inuyasha (fig.18-19). Takahashi es el paradigma del *mangaka* de éxito y fortuna, cuyos beneficios en concepto de derechos y royalties por sus personajes y series de éxito le reportaron una enorme fortuna, hasta el punto de estar considerada como una de las cinco personas más ricas de Japón en la década de los noventa. "Su público ya no es exclusivamente femenino; las historias hechas por mujeres trascienden las diferencias de edad y de género. Únicamente en Japón las mujeres han podi-

do impulsar el género del cómic para convertirlo en el foro más poderoso del país en el que desarrollar la comunicación femenina"<sup>21</sup>.

La pujanza de las autoras femeninas dentro del mercado editorial japonés choca frontalmente con la percepción que desde occidente se tiene de la sociedad nipona y la posición que la mujer ejerce dentro de la misma. "Todas las mujeres japonesas son, y siempre han sido, sumisas con respecto al opresivo sistema patriarcal. (...) Esta impresión quedó fijada en la mentalidad occidental durante el siglo XIX"<sup>22</sup>. La tradición edi-

18 - 19

<sup>21</sup> GRAVETT, Paul. Op. cit. p. 74.

<sup>22</sup> Ibid. p. 74.

torial femenina se remonta a los primeros años del siglo XI, con la aparición de la novela *Genji Monogatari* ("La historia de Genji") atribuida a una dama de la realeza en la corte de la Emperatriz. Considerada la obra más importante de su época y precursora del género novelesco de ficción, narra una historia de amor, introduciendo pasajes que describen con precisión y gran detalle las costumbres de la corte. La principal aportación de esta novela radica, no obstante, en que estaba redactada empleando una escritura simplificada no oficial llamada "*hiragana*" (uno de los actuales sistemas silábicos), en lugar de emplear el complejo sistema de escritura con ideogramas propio de los sacerdotes y aristócratas. *Genji Monogatari* contribuyó a afianzar este sistema silábico y a su generalización entre hombres y mujeres.

El sistema de sucesión de la dinastía imperial japonesa vigente en la actualidad, que inhabilita a las mujeres para heredar el trono, se remonta a un artículo de la Constitución japonesa de Meiji de 1889, y que se conservó en la actual constitución de 1947, aprobada tras la finalización de la Guerra del Pacífico y durante los años del Gobierno de Ocupación estadounidense. Este sistema, deudor de algunas formulas dinásticas europeas del siglo XIX, no se aplicaba en la antigüedad, y prueba de ello es que Japón estuvo gobernado por varias Emperatrices a lo largo de sus historia. Más aun, con anterioridad al auge de la figura del samurái y

la llegada del período Tokugawa, dentro del núcleo familiar nipón las mujeres e hijas regentaban los negocios parentales y trabajaban en los campos en igualdad con los varones. Con la llegada del período Edo la capacidad de decisión de la mujer se vio significativamente mermada, por la consolidación de la tradición samurái y el creciente peso de la doctrina confuciana, que promovía la subordinación de la mujer. En un sentido estricto esta debía obediencia a su padre, marido e hijos. Paradójicamente, la llegada de la Era Meiji, a partir de 1868, que promulgaba la igualdad entre hombres y la superación de las diferencias entre clases sociales acrecentó esta postura, que se radicalizó en las décadas previas a la II Guerra Mundial. Tras la derrota Japonesa en la Guerra del Pacífico y la aprobación de la Constitución de 1947, se reconoció la igualdad de derechos de la mujer y su reconocimiento al voto, a imagen del modelo norteamericano. No obstante, muchas mujeres continuaron durante décadas alejadas del mercado laboral, considerado tradicionalmente un feudo para varones. En el marco editorial sucedía lo mismo, donde, además, los homólogos masculinos se afanaban en perpetuar los estereotipos femeninos basados en los roles tradicionales de sumisión de la mujer, obediencia al marido y entrega al trabajo doméstico y cuidado de los hijos. "Las novelas shōjo estaban marcadas por la ideología del momento, haciendo hincapié en que una chica, que ya no es

una niña pero tampoco una adulta, debería aspirar únicamente al refinamiento, al romance, al matrimonio y la maternidad”<sup>23</sup>.

El *shôjo-manga*, frente a otros géneros como el *shônen* o el *seinen-manga* que presentan multitud de estilos dibujísticos y temáticas, posee con frecuencia unas peculiaridades gráficas y narrativas mucho más acusadas. “*Figuras juncas y esbeltas, de piernas largas y rectas nada japonesas, en exóticas habitaciones de estilo occidental. Largos cabellos ondulados, rubios para la protagonista buena, negros para la mala, a veces invadiendo todo el encuadre como una ornamentación modernista del 1900. Ojos inmensos, en cuyas pupilas se encienden diminutas estrellas. Cielos constelados, hojas marchitas o motivos florales como contrapuntos que marcan sosiego y cesura. Encuadres alargados, composiciones diagonales, primeros planos de los personajes que se salen de las viñetas, decorativismo en la composición de la página. Efebos de aspecto afeminado, muchachitas andróginas, amores platónicos, homofilia adolescente*”<sup>24</sup>. Esta cita de Jacqueline Berndt, que ella misma califica como un cliché, describe a la perfección, no obstante, la apariencia gráfica de las historias del género *shôjo-manga* en los años setenta y ochenta (fig.20) y, si bien en la actualidad las cosas han cambiado en muchos aspectos, existen ciertos tópicos imperecederos que aún se conservan y que jamás pasarán de moda.

Cuando con anterioridad se analizaban las características formales y conceptuales del manga, se hacía alusión a los grandes estereotipos que dominan una gran parte del manga adolescente, y que la inmensa mayoría del público occidental asocia con este género de historias. Destinadas originalmente a muchachas de instituto, a través de sus adaptaciones a anime dominaron los horarios de programación infantil de las cadenas generalistas españolas desde finales de la década de los ochenta hasta mediados de los años noventa.

Como se expuso pormenorizadamente en lo tocante a los clichés, bajo este imaginario victoriano no subyace ningún deseo de occidentalización por parte de las adolescentes japonesas, sino una visión romántica del universo clásico europeo definida por una generación concreta de *mangakas*. Hasta finales de los años setenta el género estuvo caracterizado por la ambientación europea de sus historias, que “*originalmente provenía de una idealización del mundo occidental acompañada de la correspondiente sublimación de los ideales de belleza de éste*”<sup>25</sup>. Estos requisitos se convirtieron muy pronto en convenciones extensibles a la totalidad de los manga para chicas, determinando una “marca del género”, y no fueron superados en favor de un imaginario más acorde con la realidad de sus historias hasta bien mediados los años ochenta. Así pues, las melenas leoninas y los grandes

20\_Ryoko Ikeda, “Versailles no Bara” (La Rosa de Versailles, 1972). >>

<sup>23</sup> Ibid. p. 74.

<sup>24</sup> BERNDT, Jacqueline. Op. cit. p. 93.

<sup>25</sup> Ibid. p. 93.

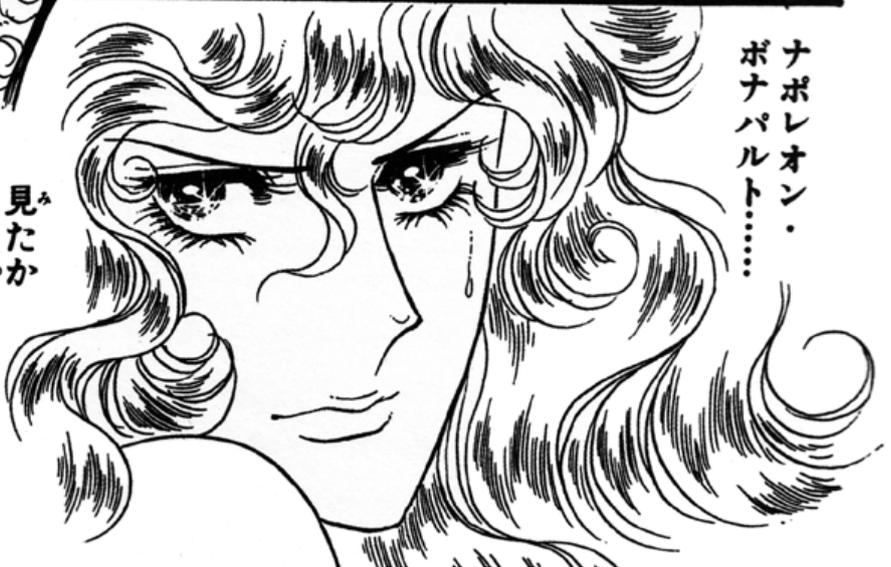


?  
オスカル



!  
オスカル

どうした  
オスカル!



ナポレオン・  
ボナパルト……

見たか  
あの眼を……

ojos con “chiribitas” resplandecientes desaparecieron casi por completo con la imposición de un cierto realismo en los años noventa, evolucionando hacia un conjunto de historias más creíbles y acordes con la realidad cotidiana. Los decorados extranjeros dieron paso a destinos menos exóticos, pero que aportaban mayor verosimilitud.

Este giro formal y argumental vino motivado, en gran medida, por las transformaciones sociales y los cambios en la moda de la época. Ya no resultaba tan extraño cruzarse en la calle con una mujer tokyota con el cabello teñido de rubio o pelirrojo, o ver a los jóvenes estudiantes de instituto con las melenas decoloradas. Los jardines versallescos fueron sustituidos por las afueras de una gran ciudad o por un chalé en la playa, ubicaciones más mundanas pero más acordes con el desarrollo de la acción. No obstante, otras características físicas de los personajes como los ojos de grandes pupilas y las figuras esbeltas fueron adoptadas por las nuevas generaciones de *mangakas* de *shôjo*, perpetuándose como rasgos reconocibles del género hasta la actualidad (fig.21).

En gran medida, esta manifestación de exotismo no dejaba de ser un pretexto para situar a las protagonistas femeninas, con las que podían identificarse las jóvenes lectoras, fuera de los rígidos cánones de conducta y expectativas de la sociedad y cultura japonesas, y poder así

desempeñar una serie de roles transgresores con lo tradicionalmente asignado a su sexo y edad. La mayoría de los estudios coinciden en señalar que el *shôjo* se sitúa justo en el tiempo de descuento tras la adolescencia, pero antes de la entrada en la vida adulta. A esto contribuye en buena medida el sistema educativo japonés, muy duro y psicológicamente agotador en tanto que determinante para el futuro, que canaliza hacia el estudio todas las energías que, de otro modo, irían destinadas al crecimiento social. Superado en gran parte en el mundo occidental, esta suerte de impás, entendido como una especie de aplazamiento de la entrada definitiva en el mundo de los mayores, sigue teniendo un gran peso en la sociedad japonesa actual. Estos manga a menudo se centran en la fase intermedia entre niña y mujer adulta, en el retrato “*de los años juveniles (...) una especie de “eternidad” limitada y previa al ingreso en el mundo, apenas accesible a los adultos ni a los muchachos, una “moratoria” que al tiempo que celebra el mito de la infancia se entristece ya con el presentimiento de futuras imposiciones de la vida*”<sup>26</sup>.

Los primeras publicaciones seriadas de *shôjo-manga* aparecieron a finales de los años cuarenta y mediados de la década de los cincuenta, a la par que los primeros semanarios específicos dirigidos al público adolescente femenino, y estaban dibujados exclusivamente por hombres. El pionero en este género fue Shô-



21\_Wataru Yoshimizu, “Marmalade Boy” (1992).



<sup>26</sup> Ibid. p. 25.

suke Kurogane con la obra *Anmitsu Hime* (1946; fig.22), pero su técnica y estilo eran bastante primitivos y alejados de los cánones que hoy se asocian con el *shôjo*. Ese mismo año, Machiko Hasegawa, que había debutado con catorce años como ayudante de Suiho Tagawa en la revista *Shôjo Club*, publicaba la primera tira de cuatro viñetas de *Sazae-san*, célebre por sus certeros retratos de las sutilezas de la personalidad femenina. No obstante, *Sazae-san* se distanciaba de los atributos reconocibles del

género *shôjo* por temática, más próxima al *koma-manga* tradicional, y por su aspecto formal y narrativo, fiel a las tiras cómicas clásicas (fig.23). Unos años más tarde se produjo una revolución creativa que propiciaría una masiva diversificación de los productos en las décadas siguientes; en un primer momento con la edición de la obra de Osamu Tezuka titulada *Ribon no Kishi*<sup>27</sup> (*La Princesa Caballero*; fig.24) en 1954, y apenas un año después con la aparición de sendas publicaciones íntegramente destinadas para chicas: *Nakayoshi*, de la editorial Kodansha, y *Ribon*, de Shueisha.

*Ribon no Kishi* es el primer gran manga narrativo para muchachas jóvenes y adolescentes. El dibujo de los personajes adolece de una estética un tanto infantil, acorde con los estereotipos tan del gusto de Osamu Tezuka. No obstante, ya presenta muchos de los elementos formales y del lenguaje icónico característicos del género *shôjo*, como las piernas largas, las figuras esbeltas y los ojos grandes con enormes pestañas. Además, al margen de las innovaciones formales, su mayor interés radica en sus aportaciones conceptuales. Osamu Tezuka introduce por primera vez la que será una máxima perenne en un buen número de títulos de *shôjo-manga*, revisada constantemente en las décadas siguientes: la ruptura de las rígidas normas sexuales. Tezuka lo consigue al jugar con la ambivalencia sexual del personaje protagonista, en contra



<sup>27</sup> Literalmente "El caballero del lazo", pero conocida para el público español como La Princesa Caballero.

de todo lo socialmente establecido. En la historia, la princesa Sapphire nace con un alma mixta, mitad varón, mita mujer, pero para optar a la sucesión al trono se ve obligada a renunciar a su naturaleza femenina y disfrazarse de hombre en las apariciones pública. "Al obligarla a ocultar su naturaleza femenina y su amor por un gallardo y encantador príncipe, Tezuka creó un exquisito universo de indecisión"<sup>28</sup>. En el cómic para chicas, esta dualidad se evidencia por medio de dos roles bien definidos: la muchacha que oculta su naturaleza para conseguir sus objetivos, a menudo valiente pero de tierno corazón, y el "bello efebo cuya pureza y cuya perfección de ningún modo podrían perdurar en el mundo de los adultos"<sup>29</sup>. Jacqueline Berndt<sup>30</sup> señala esta ambivalencia sexual como la única salida para estos personajes ante la norma establecida, sin caer en el conformismo de acatarla, pero tampoco sin sucumbir "trágicamente si eligen la rebelión incondicional". No obstante, este cambio de rol que diferentes autores plantean como un giro decisivo en el *shôjo-manga*, sólo se produce en escena y, en el fondo, las heroínas jamás reniegan de su verdadera identidad sexual.

La superación del infantilismo adolescente marca también el paso del amor platónico al amor sexual. Más aun, las relaciones homoeróticas presentes en muchas de estas historias *shôjo*, ya sean sugeridas – en aquellos casos en los que la chica finge ser



varón – o reales, entre dos jóvenes del mismo sexo, manifiestan el deseo de unirse a su alter ego, a ese ser que no ha alcanzado la plenitud pero que tiene potencialidad para ello. Los amores homofílos reflejan, en realidad, encontronazos con diferentes naturalezas de la misma persona. Este tendencia, consolidada a partir de las publicaciones *shôjo* de los años sesenta y setenta, va a tener su continuación en dos subgéneros característicos del manga para chicas en la actualidad: el *yaoi*, centrado en las relaciones homosexuales entre dos chicos, destinadas inicialmente a un público femenino joven y adulto y en las que puede haber sexo explícito (que se analizará en el apartado relativo al porno-manga), y el *shônen-ai*, donde priman las relaciones

23

<sup>28</sup> GRAVETT, Paul. Op. cit. p. 77.

<sup>29</sup> BERNDT, Jacqueline. Op. cit. p. 100.

<sup>30</sup> Ibid. p. 98.

<sup>31</sup> Ibid. p. 110.

emocionales, los sentimientos de los personajes protagonistas y las muestras de amor o afecto, pero no la pasión carnal. Este último tipo de historias, caracterizadas por una visión idealizada y romántica de las relaciones afectivas, son muy populares entre las chicas adolescentes, y se insertan plenamente en la temática *shôjo*.

A pesar de las innovaciones presentes en el cómic de Osamu Tezuka y del tímido intento por aproximarse a la psicología femenina, *Ribon no Kishi* conservaba muchos de los elementos característicos del manga para chicos, y revelaba el punto de vista masculino que predominaba en toda la obra. En la década de 1960 surgieron las primeras autoras de *shôjo-manga*, en un intento por invertir la tendencia monopolista de los dibujantes masculinos, que dominaban el mercado de las historias gráficas para chicas. Estos nuevos manga iban más allá de la simple realidad con sus “rostros espiritualmente alargados, narices airosamente respingonas y ojos llenos de vida interior, lo cual se expresa mediante la dilatadísima pupila”<sup>31</sup>, y que sentaban las bases de la revolución formal y conceptual que transformaría al género *shôjo* en los años siguientes. La renovación de las convenciones asociadas al manga para chicas se produjo hacia finales de esa década y comienzos de los años setenta con la irrupción en la escena editorial del “Grupo de las 24”<sup>32</sup>. Este desarrollo coincidió con la supe-

ración de la temática amorosa como eje central de las historias, que hasta entonces había capitalizado en exclusiva las narraciones. Muy pronto el mercado se vio desbordado por un aluvión de nuevos títulos que exploraban una gran variedad de temáticas diferentes, y que sin renunciar a los dramas y romances clásicos, se aventuraban con argumentos históricos o deportivos.

De entre los componentes del “Grupo de las 24”, destacó la mangaka Riyoko Ikeda por el formidable éxito alcanzado en el mercado japonés y en el resto del mundo con su obra *Versailles no Bara* (*La Rosa de Versalles*<sup>33</sup>; fig.25), publicada en la revista Margaret en 1972 y que narra una epopeya romántica a lo largo de mil doscientas páginas. La narración se desarrolla en un marco histórico bien documentado a mediados del siglo XVIII, en los años previos a la Revolución Francesa. Esta obra presenta muchas de las características que se señalaron como sintomáticas del género, incluyendo las largas melenas, las figuras esbeltas y andróginas, y los ojos constelados. La gran popularidad y éxito de la obra de Ryoko Ikeda la convirtieron en un ejemplo muy influyente entre las nuevas generaciones de mangakas, consolidando la presencia de estos y otros rasgos formales en sus obras.

El argumento de este drama épico presenta a la protagonista femenina, “Oscar”, de familia noble y criada como un chico,

24



<sup>32</sup> Referido en el capítulo dedicado al apartado histórico, el “Grupo de las 24”, agrupaba a un conjunto de mangakas femeninas. En su denominación original japonesa 24nen-gumi significa, literalmente, “grupo del año 24”. Se les conoce con ese nombre porque casi todas las integrantes nacieron alrededor del año 24 de la Era Shôwa (1949).

<sup>33</sup> Obra también conocida en España por el título de “Lady Oscar”.



que vive todas las vicisitudes e intrigas de la realeza bajo su rol de militar protector de María Antonieta en la corte, y participe de los dramáticos cambios sociales que sacuden al país. Su único atisbo de feminidad es un sentimiento romántico hacia un noble sueco, Alex de Fersen, para descubrir más tarde que a quien ama en realidad es a su sirviente y acompañante desde la infancia, André, al que hasta entonces únicamente apreciaba como un amigo. Siendo este un plebeyo, la muchacha abraza la Revolución y muere heroicamente, tras ver caer a su amado, en el asalto a La Bastilla.

Este manga ejemplifica perfectamente la sublimación de los valores e ideales europeos referidos con anterioridad al hablar del género *shôjo-manga*. La visión idealizada de la Revolución Francesa es utilizada con maestría por la autora para universalizar la propia rebeldía de la joven protagonista. Si antes se argumentaba que el contexto histórico está muy bien definido, ello no significa necesariamente que profundice en muchas connotaciones de ese período, como las propias contradicciones de la Revolución o la visión dogmática e idealizada de ciertos personajes históricos (Robespierre, Voltaire) que únicamente sirven al propósito narrativo de la autora. En todo caso, *Versailles no Bara* reivindica el sentimiento de lucha contra lo establecido, intrínseco al manga clásico para chicas, y lo logra con doble efectividad: en un marco más amplio, al cumplir

con el sentido de “moratoria” exigible al género *shôjo*, y en un contexto más preciso, por su oportuna aparición en el Japón de comienzos de los años setenta. En este sentido, el pretexto histórico resultó singularmente eficaz, y tras los tumultuosos años sesenta, caracterizados por las luchas estudiantiles y los disturbios sociales, el público se reencontraba con el sentimiento de una revolución victoriosa, aunque fuese a costa de la muerte redentora de los protagonistas. Una muerte que argumentalmente resulta muy oportuna, porque detiene y congela para siempre el amor puro de la chica hacia André, antes de poder siquiera consumarlo, perpetuando eternamente el sentimiento de adolescencia. La obra atrajo, además, a un gran grupo de lectoras que vivieron los rebeldes años sesenta como estudiantes de instituto, y que ahora rememoraban ese período identificándose con el personaje de “Oscar”; aunque en opinión de Jaqueline Berndt, más que por una cuestión de filiación, el éxito entre este sector de la población vino motivado por las alusiones sexuales y, en especial, por “*la ambivalencia sexual de las fantasías homoeróticas*”<sup>34</sup>.

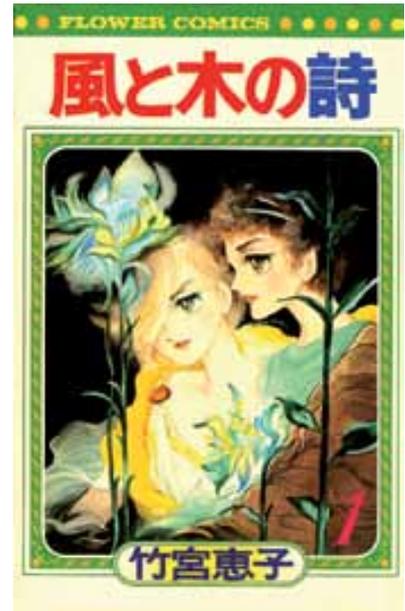
En los años siguientes al éxito de *Versailles no Bara*, entre las autoras del “Grupo de las 24” se generalizaron las historias de amor entre dos bellos efebos, cuyas particularidades culturales ya se han visto con anterioridad. Dado el contexto sociocultural preciso (Japón en los años setenta) no

<sup>34</sup> BERNDT, Jaqueline. Op. cit. p. 104. Berndt ejemplifica esta afirmación con dos imágenes comparativas de *Versailles no Bara*: un momento en el que la protagonista, en su rol masculino, se lanza a los brazos de otro hombre, mientras que en otra escena acaricia a una joven muchacha que se ha enamorado de él-ella.

se pueden interpretar estas narraciones como alegatos a favor o en contra de las diferentes opciones sexuales, sino como un recurso para teatralizar las ensoñaciones de las chicas jóvenes. Estos *shōjo-manga* nunca buscar incidir en la veracidad de las relaciones homosexuales, sino manifestar el deseo juvenil de encontrar un alma gemela, proyectado en la complicidad y secretismo de la homofilia adolescente (fig.26).

La mayoría de las autoras de esa época recurren a este tipo de historias acerca de un amor homosexual, o a otro tipo de narraciones con personajes híbridos, para revelarse contra la férrea estructura y dominio comercial de los *shōnen-manga* de esos años – que en muchos casos presentan batallas y escenas violentas – y centrarse en la exploración de los sentimientos de los protagonistas y sus conflictos interiores en el marco de sus vidas cotidianas.

Formalmente, el “Grupo de las 24” inició una etapa de renovación dirigida a transformar la apariencia del *shōjo*, frente al manga para chicos, donde todavía pervivía la influencia de Tezuka, manifestada a través de una composición más clásica del espacio. Los cómics del género *shōnen* mantenían una estructura tradicional de la página, dividida normalmente en tres o cuatro segmentos y con las viñetas bien definidas. Tanto en el manga juvenil como en el *gekiga* los sentimientos se expresaban



a través de los rostros de los personajes y en lo narrativo predominaba la acción en todo momento. Las jóvenes *mangakas* asumieron que para superar las convenciones impuestas desde el mercado masculino debían delimitar con precisión un género que hasta entonces se había caracterizado por su indeterminación, y que ellas tenían intención de reivindicar como un idioma propio para las chicas. Para ello, era preciso desarrollar un nuevo lenguaje icónico que simbolizase el pensamiento interior y fuese coherente con la figuración de los personajes.

Muy pronto empezaron a incluir composiciones alargadas, desplazamientos de las imágenes y superposiciones. Además, al difuminar los contornos de las viñetas, terminaban por confluir en una amalgama que otorgaba unidad a la página (fig.27). “Suavizaron los bordes al uso que

26\_ Keiko Takemiya, “Kaze to ki no uta” (Poema del viento y los árboles, 1976).

enmarcaban las viñetas, en ocasiones fragmentándolos, disolviéndolos o eliminándolos. Quedaban superpuestos o fundían secuencias de viñetas de forma que convertían a las páginas en collages<sup>35</sup>. La página se utilizaba como una totalidad, y las imágenes y los fondos se expandían más allá de los límites de la misma. “El tiempo y la realidad ya no quedaban siempre circunscritos en el interior de cajas de bordes rígidos, y la narración podía adoptar la forma de recuerdos y sueños”<sup>36</sup>. La superación de los límites del cuadro también contribuyó a potenciar la vivacidad y el dinamismo de los personajes. La intensa gama de colores primarios del *shōnen* dio paso a los tonos pastel utilizados en las ilustraciones originales de las dibujantes. No obstante, su éxito dependía en gran medida de su aptitud para superar la acción por la acción como eje central de la obra, y ser capaces de expresar los sentimientos de las protagonistas femeninas para comprometerlas con sus lectoras. Así pues, no bastaba con representar los sentimientos figurativamente, sino que las imágenes debían mostrar al público la interioridad de la heroína. “Era como si estas artistas pudiesen fotografiar las auras psíquicas de sus personajes”<sup>37</sup>. Para ello, las autoras replantearon la importancia relativa que adquirían dentro de la obra los diálogos, los monólogos y las onomatopeyas. Así, mientras que en los *shōnen-manga* predominaban los diálogos como fundamentos de la narración y la acción se



amparaba en todo momento en las onomatopeyas – ya fuese a través de bocadillos o insertadas en el conjunto de la imagen – en el *shōjo-manga* se imponían los monólogos interiores, situados al margen del texto restante y fuera de los globos de diálogo de los personajes, con una distribución semejante a la empleada por las poesías haiku que aparecían en las xilografías del período Edo. Igualmente, los sentimientos se transmitían de forma subjetiva mediante símbolos abstractos. Las flores, más allá de su función compositiva o decorativa en la página, manifestaban el estado anímico de los personajes, y los fondos vacíos y efectos atmosféricos alrededor de las cabezas de los protagonistas

27\_Kyoko Mizuki y Yumiko Igarashi, “Candy Candy” (1975). >>

<sup>35</sup> GRAVETT, Paul. Op. cit. p. 79.

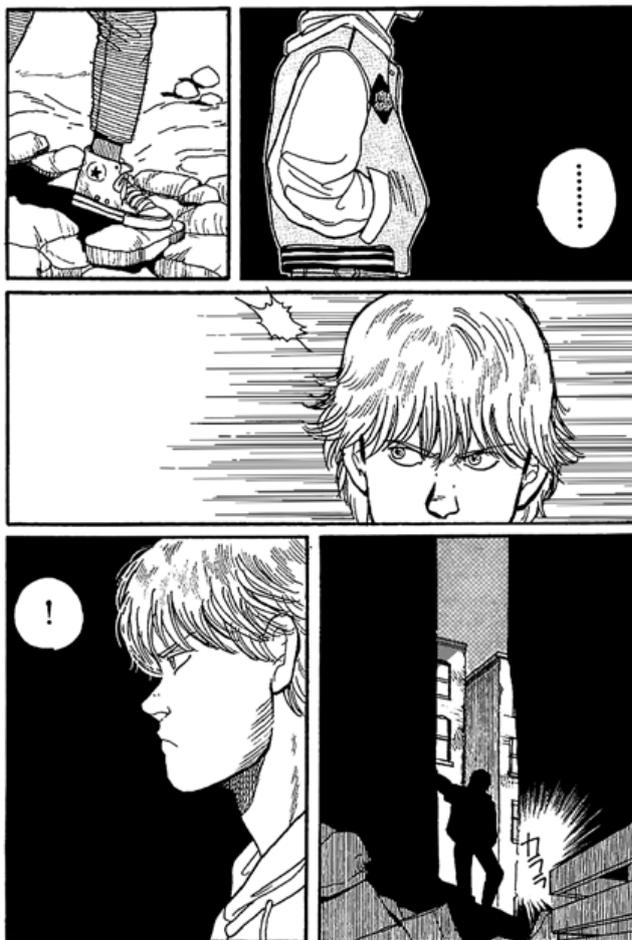
<sup>36</sup> Ibid.

<sup>37</sup> Ibid.

actuaban como intensificador de los sentimientos.

La llegada de los años ochenta y la progresiva inclusión de la mujer en el ámbito profesional y empresarial impulsó la demanda por parte de un gran sector de mujeres, que habían crecido con las historias *shôjo* de las décadas anteriores, de un nuevo género más adulto, serio y con contenido sexual que respondiese a sus gustos e inquietudes (fig.28). Muchas de las autoras que habían debutado con el género para adolescentes evolucionaron hacia nuevos lenguajes conocidos como *Lady's Comic* (de contenido erótico) y *josei-manga* o *redikomi*. Este último, que en sus inicios apenas se diferenciaba del *shôjo-manga*, evolucionó hasta constituir un género propio. Al igual que sucede con los géneros *shônen* y *seinen* para varones, el *redikomi* comparte elementos comunes con el *shôjo-manga*, destinado en origen a un público más infantil y adolescente, pero presenta características formales y conceptuales específicas. La progresiva complejidad de algunas obras, con saltos cronológicos y continuos *flashback*, contribuyó a este trasvase de público adulto.

El término *josei* (女性) denota "mujer", sin otra connotación relativa a temáticas o enfoques en sus historias. También conocido como *redikomi* (acrónimo resultante de la contracción de los términos ingleses "red" y "comic") hace referencia al manga



destinado a un público femenino maduro. Al igual que sucede con el *seinen-manga* en el mercado masculino, el *josei-manga* es un género que va fundamentalmente dirigido a mujeres jóvenes y adultas en edad universitaria, empresarias, oficinistas y amas de casa, por su enfoque más serio y por la complejidad y profundidad de sus historias, alejadas de los estereotipos románticos idealizados por el *shôjo* (fig.29-30). Con este último género comparten algunas de las temáticas más habituales, así como el hecho de que la inmensa mayoría de que sus autoras sean mu-

28\_Akimi Yoshida, "Banana Fish" (1985).



29\_Mari Okazaki, "Bx" (1999)

&gt;&gt;

jeses. Las historias, por tanto, no se alejan de la temática inicialmente presentada por el *shōjo* clásico, aunque están dotadas de un enfoque más maduro y realista, centrándose en situaciones comunes de la vida ordinaria de sus protagonistas, con las que puedan sentirse identificadas las mujeres japonesas en sus quehaceres del día a día.

Del mismo modo que con los relatos del *gekiga*, el *josei-manga* no renuncia a incluir el sexo en las narraciones, pero al igual que ocurría en las primeras, nunca aparece como eje central de la obra, sino como un elemento natural en la vida de una mujer adulta (fig.31). Las obras de contenido específicamente erótico se engloban dentro del género denominado *Lady's Comic*, que se estudiará en el apartado rela-

tivo al porno-manga. Respecto al amor idealizado del *shojo-manga*, las historias del *redekomimi* presentan un amor realista y cotidiano. Formalmente, se aleja un poco de los convencionalismos intrínsecos al género para adolescentes, pero a menudo los personajes conservan los rasgos gráciles y las figuras esbeltas. En los países occidentales es infrecuente que las editoriales y distribuidoras de cómic establezcan esta distinción entre *shōjo* y *josei-manga*, agrupando el conjunto de historias destinadas a mujeres bajo una única denominación. No obstante, la buena acogida de títulos *seinen* destinados a un público adulto en los últimos años ha dinamizado el sector editorial, motivando la aparición de nuevas iniciativas por parte de algunas empresas europeas para definir colecciones específicas bajo la denominación *josei*. Estas antologías recogen y presentan títulos dirigidos a un sector más adulto, compuesto mayoritariamente por lectoras habituales que, en los años anteriores, han crecido leyendo y comparando *shōjo-manga* y ahora demandan un nuevo cómic más acorde con sus preocupaciones e intereses.

En la década de los ochenta también aparecieron las primeras historias de un subgénero propio del *shōjo-manga* denominado "Magical Girl" que, tanto por la calidad como por el gran número de obras publicadas, gozó de una gran popularidad en los años noventa. El argumento, sin grandes variaciones,

30\_Makoto Kobayashi, "Club 9" (Miss Hello, 1992)



suele presentar a una o varias chicas jóvenes, combinando situaciones románticas y humorísticas con una trama fantástica en la que las protagonistas deben enfrentarse a las fuerzas del mal. Los antecedentes más claros del subgénero “Magical Girl” se remontan a la década de 1960, con publicaciones como *Himitsu no Akko-chan* (“El secreto de la pequeña Akko”, 1962; fig.32) de Fujio Akatsuka o *Comet-san* (“Señorita Cometa”, 1967) y *Mahôtsukai Sally* (“Sally la Bruja”, 1966; fig.33), ambas del dibujante Mitsuteru Yokoyama, e inspiradas en la comedia televisiva norteamericana *Bewitched* (“Embrujada”). *Sailor Moon* (1992; fig.34), de Naoko Takeuchi y algunas de las historias del grupo CLAMP<sup>38</sup> son paradigmáticas de este subgénero de manga para chicas. En este tipo de historias las situaciones de enredo se combinan hábilmente con la trama subyacente. La heroína, que a menudo lleva una vida normal como estudiante de instituto, revela sus increíbles poderes ocultos para luchar contra sus enemigos en el momento en que las fuerzas del mal ponen en peligro a su familia y amigos, así como la paz en el planeta. Estas habilidades, a menudo de carácter mágico, no suelen ser innatas, sino que vienen impuestas: la protagonista no elige ser la salvadora, sino que se ve en la obligación de hacerlo para proteger a los suyos. De manera recurrente, esta maniobra del subgénero permite observar la evolución psicológica de la muchacha y ver como



31\_Moyoko Anno, "Happy mania" (1996).

va madurando a medida que supera todas las adversidades. En muchas ocasiones, los elementos mágico-religiosos presentes en las obras son deudores de la mística tradicional japonesa. “Amaterasu - diosa del sol - es una de las figuras femeninas del panteón de sintoísmo. Esta aún es reverenciada como la suprema gran abuela del primer gobernante del país y madre de todos los japoneses. Estas deidades y sus sacerdotisas son fuentes de inspiración para los numerosos personajes femeninos de manga dotados con poderes mágicos o espirituales”<sup>39</sup>.

El género de las *Magical Girl* representa, con diferencia, la faceta más internacional del *shôjo-manga*, y supone una rara excepción dentro del hermético mercado editorial japonés. Este tipo de historias suelen atraer por igual a un público femenino y masculino, superando la tra-

<sup>38</sup> CLAMP es un cuarteto femenino de dibujantes de manga compuesto por Nanase Okawa (Ageha Ohkawa), Mokona (anteriormente conocida como Mokona Apapa), Tsubaki Nekoi (Mick Nekoi) y Satsuki Igarashi. El grupo inicial, constituido por más de una decena de mangakas femeninas, surgió en torno a los mercados de *dôjinshi* y convenciones de dibujantes amateur a comienzos de los años ochenta. Tras el progresivo abandono de varios de los miembros originales del equipo, el grupo CLAMP con sus cuatro integrantes actuales, se consolidó a comienzos de la década de 1990.



32-33

dicional separación de géneros cerrados habitualmente establecidos. Las *Magical Girl* han contribuido en buena medida a transformar el perfil del lector habitual de *shōjo*, atrayendo a un gran público masculino que, hasta ahora, no manifestaba interés por las publicaciones semanales para chicas.

34



Esta actitud, que se manifiesta de manera mucho más acusada en el mercado occidental, es infrecuente entre el público japonés, pero el género *Magical Girl* es de los pocos que ha conseguido aproximarse a los gustos del lector adolescente, independientemente de su sexo. Así pues, son muchos los jóvenes que se sienten atraídos por este tipo de historias, que combinan buenas dosis de acción con el latente homoerotismo de algunas de sus protagonistas femeninas.

En la actualidad se mantienen muchas de las características

formales del *shōjo-manga* adoptadas por los diferentes autores a lo largo de las pasadas décadas. Las principales innovaciones experimentadas afectan a la evolución de la psicología de los personajes o a la exigencia de una mayor verosimilitud en el desarrollo de las tramas por parte del consumidor. La lectora actual demanda una protagonista con la que se pueda identificar: entrañable, humana y con personalidad. Las chicas débiles, basadas en los estándares y clichés de los primeros años han perdido protagonismo en favor de una mujer femenina y segura de sí misma. Entre las principales aportaciones al dibujo destaca la incursión, cada vez mayor, de las figuras SD (Super Deformed) para describir las situaciones cómicas. Este tipo de dibujo se caracteriza por el retrato caricaturesco de los personajes protagonistas, con grandes cabezas y cuerpos diminutos que, incluidos en la narración principal del manga, se alternan con los diseños estandarizados para relatar breves episodios cómicos y circunstancias embarazosas.

**Ero-manga / porno-manga**

La voz japonesa *hentai* (変態) se suele emplear en occidente para referirse al conjunto de publicaciones de manga y anime erótico y pornográfico, y difiere del uso y del significado que se le atribuye habitualmente al término en Japón, donde adquiere un matiz peyorativo. La palabra está compuesta por los ideogramas *kanji* "hen" (変), que significa extraño

<sup>39</sup> GRAVETT, Paul. Op. cit. p. 74

y “tai” (態) que manifiesta estado o aspecto. Así pues, como indica el origen etimológico del vocablo, *hentai* denota transformación o metamorfosis y, en un sentido más amplio, anormalidad o perversión. Aplicado a una persona y con intención de insultarle, significa pervertido, maniaco sexual o depravado.

La significación que se le ha dado al término *hentai* en los países occidentales está mucho más próxima a la expresión japonesa *ecchi* (o *etchi*), que resulta de la transcripción fonética de la letra H, y que alude a los conceptos de erotismo y pornografía. Alejado del matiz original de la palabra *hentai*, “H” también ha pasado a designar todo tipo de productos y narraciones de contenido pornográfico y sexual, de un modo equivalente al uso que se le da a la “X” en occidente. Los orígenes de la voz japonesa *ecchi* son confusos, pero para la gran mayoría de los investigadores vendría motivado por un uso eufemístico del término *hentai* en la década de los sesenta y setenta en Japón, o en alusión al vocablo inglés “Hot”. Su significado en occidente, no bajo la forma “H”, sino transcrito atendiendo a la pronunciación japonesa *ecchi*, está próximo al concepto de “picante” y manifiesta un erotismo sugerente, pero alejado de las connotaciones de sexualidad explícita y pornografía que engloba el término *hentai*. *Ecchi* se ha empleado a menudo para aludir a la ligera figuración erótica que aparece en algunos mangas juveniles mas-



culinos que, aun sin contenidos abiertamente sexuales, juegan con las insinuaciones y una ligera desnudez. En este contexto, existen numerosos *shōnen-manga* que jamás podrían considerarse pornográficos, pero que incluyen contenidos “picantes”, insinuando la desnudez femenina, o mostrando un grupo de *bishōjo* (chicas guapas) en posturas estimulantes y provocativas (fig.35-37).

35\_Mizuki Kawashita, “Ane Doki” (2009)

Así pues, los manga y anime pornográficos que en occidente se categorizan con el término *hentai*, se reconocen en Japón bajo la nomenclatura “H” (*ecchi*), así como con otras denominaciones habituales para indicar que se trata de un producto de



36\_Rumiko Takahashi, "Ranma 1/2" (1987).

37\_Gô Nagai, "Harenchi Gakuen" (Escuela sin-vergüenza, 1968). >>

contenido erótico sólo apto para adultos, como la locución *seijin-manga* (成人漫画) - manga para hombres adultos - y la advertencia escrita "18-kin" (18禁), indicando que se trata de una mercancía para su venta a personas mayores de 18 años. En la última década, la denominación *ero-manga* (como sinónimo de porno-manga) ha cristalizado tanto en Japón como en los países occidentales, para referirse globalmente al cómic manga de contenido pornográfico independientemente del género u orientación sexual del público al que se dirige.

Durante muchos años, el consumidor occidental inexperto ha asociado manga, en general, con cómic de contenido erótico. Aún son muchos los lectores que

piensan que el manga se caracteriza por su gran permisividad y por la incursión del sexo explícito en un gran número de obras. Esta afirmación no se corresponde con la realidad del mercado editorial japonés. El cómic occidental está dirigido mayoritariamente a un público infantil y juvenil, salvo escasas excepciones de autores y sellos editoriales independientes especializados en el consumidor adulto. Esta limitación no se produce en el mercado nipón, donde la enorme diversidad de publicaciones y temáticas del manga posibilita el que alcance todos los estratos sociales con independencia de género, edad, orientación sexual y escala social. Si bien es cierto que existen obras de contenido pornográfico, éstas se encuentran sometidas a la regulación

del código penal japonés, y apenas representan un pequeño porcentaje respecto al número total de publicaciones manga.

No obstante, esta percepción puede verse enturbiada por la presencia pública y sin tapujos de la pornografía en muchos ámbitos de la vida cotidiana. A pesar de la imagen de puritanismo que se asocia tradicionalmente a los japoneses, las prohibiciones respecto al exhibicionismo o falta de compostura en público vienen mayoritariamente determinadas por la legislación vigente. Si bien los japoneses se rigen por un estricto código de conducta en sus relaciones sociales, culturalmente, y en un ámbito más tradicional, el pueblo nipón carece de muchos de los prejuicios y tabúes respecto al sexo y la desnudez habituales en los países occidentales. Más aún, la dicotomía existente entre el rol social de un individuo y su yo interior, escenificada de un modo muy claro en Japón, posibilita este tipo de aparentes contradicciones. Para un ciudadano occidental, independientemente de su interés o no, la pornografía es algo que debe ocultar. Pero la demarcación entre lo público y lo privado en Japón provoca que la venta de pornografía en un gran número de tiendas se perciba como algo natural. “La analogía informática es válida; pasear por las antiguas calles sin nombre de Tokyo y la mezcla caótica de tiendas y letreros se asemeja, de algún modo, a navegar por la red (...). Como un explorador en el ciberespacio, una de las primeras

cosas que un visitante encuentra en abundancia es pornografía”<sup>40</sup>.

“Aunque las imágenes de violencia y sexo en manga no están regidas por el mismo grado de puritanismo impuesto en la industria del cómic estadounidense, sí es cierto que están lejos de beneficiarse de cualquier tipo de regulación o control. (...) El manga ha sido objeto de diferentes procesos legislativos, tanto a nivel nacional como local, y sus contenidos son supervisados y restringidos”<sup>41</sup>.

El artículo 175 del código penal japonés prohíbe la publicación y difusión de cualquier material susceptible de ser considerado moralmente perjudicial. Desde finales de la II Guerra Mundial, las leyes reguladoras de la obscenidad (*waisetsu*) y del material difamatorio o injurioso en Japón han sido la única limitación al derecho a la libertad de expresión manifestado en la constitución japonesa de 1947. El artículo 175, modificado en varias ocasiones desde su implementación en 1907, reza: “aquella persona que distribuya, venda o exhiba públicamente un texto, una imagen u otro tipo de material obsceno, será castigado con una pena de más de dos años y una multa de no más de dos millones y medio de yenes. La misma pena se aplicará a la persona que posea el material anterior para el propósito de su venta”<sup>42</sup>. No obstante, es precisamente la ambigua descripción del término obsceno, la que ha permitido a diferentes mangakas, editores y

<sup>40</sup> KELTS, Roland. *Japanamerica*. p.126.

<sup>41</sup> GRAVETT, Paul. Op. cit. p. 99-100.

<sup>42</sup> SILVA (da), Joaquín. *Obscenidad y el Artículo 175 del Código Penal Japonés: Pequeña Introducción a la Censura Japonesa* [en línea].



38\_U-Jin, "Angel" (1988).

cineastas evitar la censura en las últimas décadas.

En el año 1957, el Tribunal Supremo definía en una sentencia condenatoria contra el traductor y editor japoneses de la novela del escritor británico D.H. Lawrence, *Lady Chatterley's Lover*, que un trabajo podía ser considerado como obsceno si este despertaba y estimulaba el deseo sexual, ofendía el sentido común del pudor y violaba los conceptos adecuados de la moralidad sexual. En un sentido amplio, esta prohibición se extendía a la representación de genitales de adultos, de vello púbico y al acto sexual. En las décadas siguientes, numerosas películas y piezas literarias se sometieron a la rigurosa censura japonesa para impedir la exhibición en cines y publicaciones de desnudos donde se mostrasen los genitales, a excepción de aquellas pocas obras donde, por indicación del Tribunal Supremo japonés, la calidad artística e intelectual moderase la condena y aplicación de censura. Hacia finales del siglo XX se flexibilizó la postura oficial respecto al desnudo, y la prohibición pasó a limitarse a la representación del acto sexual y el coito, y a la exhibición manifiestamente obscena y explícita de los genitales.

Respecto a diferentes lenguajes visuales como el manga o el *anime*, esta ley se interpretaba, hasta el año 1993, como una prohibición de la exhibición de vello púbico y de los genitales adultos. Esta negativa no era extensible a la representación

de los genitales infantiles, porque se entendía que podían responder a una exigencia cómica o narrativa, pero nunca a una manifestación sexual. Burlando la censura, los dibujantes japoneses se limitaban a dibujar los genitales de los personajes sin vello (fig.38). Lejos de solucionar el problema, esta resolución parcial contribuyó a agrandar la polémica, no sólo en el mercado nipón sino, especialmente, en los mercados occidentales, donde los vídeos y publicaciones eróticas fueron tildados de depravados y tendentes a la pornografía infantil, cuando empezaron a popularizarse en los mercados americano y europeo las publicaciones y vídeos *hentai*. Las andróginas figuras de las publicaciones manga y vídeos *anime*, se interpretaban por parte del consumidor occidental como representaciones ilustradas de menores de edad, por la ausencia de vello púbico, y no como burlas al sistema de censura japonés.

Actualmente, a pesar de que el artículo 175 no ha desaparecido, su regulación por parte de las autoridades competentes se traduce, en la práctica, en una prohibición implícita de la exhibición de los genitales, por lo cual tanto las publicaciones eróticas como los títulos del mercado de vídeos pornográficos para adultos deben pixelizar, desenfocar o nublar las zonas objeto de dicha restricción. Este velado parcial de la imagen se denomina "bokashi" en Japón. En el manga suele recurrirse a elementos



visuales propios del medio cinematográfico y televisivo, como las barras negras cubriendo parcialmente los genitales, o el efecto pixelizado y desenfocado (fig.39). Además, muchos autores recurren al principio japonés del arte de la sugerencia, dejando en blanco las siluetas de los genitales o sustituyéndolos por diferentes elementos que actúen como metáforas gráficas y visuales que los simbolicen (un misil o una berenjena para representar un pene, una flor como alegoría de la vagina, etc.). “El artículo 175 también contribuyó a dotar al manga de mayor expresividad sensual. Sus restricciones animaron a los artistas a sobrepasar las representaciones estándares de los intercambios sexuales, para explorar todas las formas de gratificación sexual posibles y ubicar la sexualidad no sólo en los genitales de los personajes, sino en la totalidad

de sus cuerpos, su ropa y su entorno general”<sup>43</sup>.

En abril de 2002 tuvo lugar el primer juicio contra un editor de manga y director de la editorial Shubunkan, Motonori Kishi, acusado de violar el artículo 175 del Código Penal japonés sobre la distribución y venta de literatura obscena por la publicación de la obra pornográfica *Misshitsu* (*Honey Room*; fig.40), del autor Suwa Yuuji. A pesar de la vigencia de la ley durante décadas y de su aplicación rigurosa sobre numerosas películas y obras literarias, nunca se había enjuiciado penalmente una obra manga por cargos de obscenidad según el polémico artículo 175. Para determinados sectores sociales, la permisividad de las autoridades y la masiva presencia de mangas de contenido altamente erótico y sexual en todo el país causó un gran revuelo y expecta-

<sup>43</sup> GRAVETT, Paul. Op. cit. p. 100.

ción, al tiempo que se entablaba un debate nacional sobre la influencia del manga en la sociedad, y la libertad de expresión y sus límites legales en Japón. En enero de 2004 el Tribunal de Distrito de Tokyo en primera instancia y, posteriormente, el Tribunal Superior de Justicia fallaron en contra del autor Suwa Yuuji y del editor Monotori Kishi. Ambos fueron sancionados con el pago de una multa y el tribunal condenó al editor de la Shubunkan a la pena de un año de cárcel por la comercialización del manga. El argumento del jurado, que enfatizó en la excesiva crueldad y explicitud de algunas de las escenas pornográficas, generó gran descontento y cierta incredulidad entre los defensores, dada la enorme variedad de material erótico disponible a la venta en Japón.

40

Hoy en día existe una menor distancia entre el manga destinado al consumidor juvenil y otras publicaciones dirigidas a un público adulto. Muchos semanarios y revistas *shōnen* y *shōjo* han introducido paulatinamente algunos episodios sexuales en sus publicaciones, siempre al servicio de la narración general y en beneficio de una mayor naturalidad en las historias, abandonado el puritanismo visual imperante en décadas anteriores. No obstante, en el presente apartado se analizarán los diferentes subgéneros que se engloban bajo la definición genérica de porno-manga, y que agrupa a aquellos cómics que tratan el sexo, el erotismo o la pornografía como

argumento principal. Por tanto, a pesar de la enorme variedad de enfoques y temáticas presentes en las publicaciones de porno-manga, se intentará establecer una clasificación, diferenciando entre aquellas obras que reflejan relaciones heterosexuales y homosexuales, por la especificidad formal y narrativa de las segundas y su proximidad al género *shōjo-manga*. Entre las publicaciones centradas en relaciones heterosexuales, cabe diferenciar entre el *Lady's Comic*, dirigido a un público femenino adulto y próximo conceptualmente al *erogekiga* masculino de los años sesenta, y el *hentai*, atendiendo a su denominación occidental. Si bien en el mercado americano y europeo la palabra *hentai* alude genéricamente al porno-manga, aquí se adoptará como denominación del manga erótico para varones, debido a la gran especificidad del *Lady's Comic*.

Los temas de contenido erótico ya eran frecuentes en las xilografías Ukiyo-e del período Edo. En el Japón de aquella época, forzosamente ajeno a la cultura cristiana y a las costumbres puritanas del mundo europeo, el sexo estaba desligado del concepto de pecado. Si bien se censuraban las conductas particularmente obscenas, la sexualidad como tal no constituía un tabú que había que esconder, sino una actividad regulada, incluso a nivel de la prostitución, con los barrios rojos. Hoy se sabe que la imagen que hasta hace unos pocos años se tenía del Ukiyo-e estaba totalmente falseada.



El treinta por ciento de las xilografías de la época son grabados *shunga*, que literalmente significa “pintura de primavera”, pero que servían para designar las composiciones eróticas o abiertamente sexuales (fig.41). El término *shunga*, empleado a menudo por numerosos investigadores para referirse a este tipo de imágenes y adoptado internacionalmente para designar a las composiciones eróticas del período Edo, no era más que una de las muchas maneras con las que el pueblo japonés se refería a este subconjunto de estampas dentro del completo imaginario del ukiyo-e. Las ilustraciones de temática sexual en la época del *Bakufu* recibían numerosos nombres, incluyendo *makura-e* (imágenes de almohada), *warai-e* (pinturas para reír) y *kōshokuji-bon* (libros libidinosos). “Como es de esperar, es probable que la gente no fuese explícita acerca del imaginario sexual que poseían”<sup>44</sup>. Hasta ahora, se había minimizado enormemente el impacto de esta temática en las pinturas del mundo flotante, hasta el punto de limitar su presencia en exposiciones, libros y catálogos. “Lo que ha desunido a la moral occidental disgregándola en penosas contradicciones – el amor terrenal y divino, la virgen y la prostituta – es lo que presentan las amaneradas figuras de las xilografías japonesas como una naturaleza única”<sup>45</sup>.



**Shunga -  
Las pinturas eróticas  
del período Edo**

41

En el capítulo dedicado a la revisión histórica y evolución del Ukiyo-e en el período Edo, así como el manga en los siglos XIX y XX, se pudo observar como la “asistencia alterna” o *sankin kōtai* resultó ser determinante en la evolución demográfica, y en el desarrollo social y cultural de la nueva capital administrativa y militar, sita en la ciudad de Edo, durante los dos siglos que duró el gobierno del *Bakufu*. Al carácter rudo y viril de las costumbres y tradiciones de los barrios de Edo, con notable predominancia de la población masculina, terminó por sumarse un rumor supersticioso según el cual, un ambiente donde predominasen los hombres, propiciaría el nacimiento de más varones, en detrimento de aquellos otros lugares, más tranquilos y de tradición aristocrática, como Kyoto, donde nacerían más niñas. Ello motivó el paulatino éxodo de numerosas

<sup>44</sup> SCREECH, Timon. “Shunga: Erotic Art of the Edo Period”. *Ukiyo-e*. p. 22.

<sup>45</sup> *Grabados Japoneses*. p.25.

<sup>46</sup> SCREECH, Timon. Op. cit. p. 24-24.

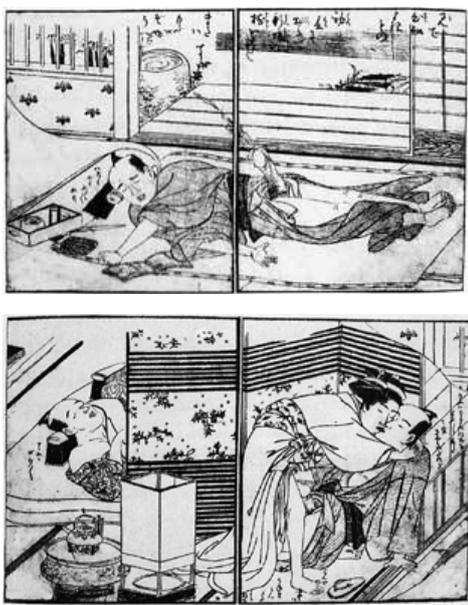
familias que, desde otras regiones, se desplazaban a la capital para asentarse.

Uno de los aspectos más significativos de este desequilibrio demográfico propiciado por la aplicación del *sankin kôtai*, fue la progresiva llegada de numerosos hombres - guerreros y sirvientes - procedentes de las provincias como séquito de los señores feudales, acostumbrados a un ambiente más rural y campestre, deshabituados al ajetreo y despreocupaciones de la festiva Edo. Criados pasa ser considerados como miembros de la clase alta de sus correspondientes dominios, se hallaban de pronto despojados de su estatus, desplazados por la nueva élite nacional y la alta nobleza de la corte. A estos, se sumaban los hijos de los *Daimyo*, que en detrimento de las enseñanzas tradicionales de los respectivos feudos, habían crecido instruidos en las normas de la corte y rodeados de los placeres y lujos de la capital. Los hombres, especialmente aquellos que tenían un menor poder adquisitivo, vivían temporalmente en Edo, bajo la tutela del señor feudal, pero alejados de sus esposas, amigos y familia durante un año; sin mayores preocupaciones, se entregaban por entero a los placeres mundanos que la ciudad podía ofrecerles. Muchos de ellos “decepcionados por su nuevo cargo e incapaces de encontrar refugio en los cuidados de una cortesana o hallar una aventura ocasional en la calle, de un modo esperado, se dedi-

caron al consuelo privado”<sup>46</sup>. A pesar de los variados usos y públicos diferentes de las pinturas eróticas *Shunga*, estas estaban destinadas, mayoritariamente, a clientes masculinos y con fines masturbatorios (fig.42). Aunque en menor medida, las estampas eróticas también se dirigían al consumo por parte de mujeres y, de entre la población femenina de Edo, habitualmente a esposas, concubinas y sirvientas de los *Daimyo*, procedentes de diferentes regiones de todo el país. “Potencialmente, todo el Ukiyo-e estaba destinado, aunque evidentemente no de modo exclusivo, a fines eróticos y, con frecuencia, auto eróticos”<sup>47</sup>.

“La estampas eróticas conocidas como *Shunga*, ‘imágenes de primavera’, ocupan un lugar especial en el arte del Mundo Flotante. La inmensa mayoría de ellas son simplemente pornográficas, imágenes diseñadas para la excitación voyerista en una ciudad como Edo, donde la población masculina desde los siglos XVII a XIX era considerablemente mayor que la femenina, y donde, además, las relaciones homosexuales y bisexuales no eran en absoluto infrecuentes”<sup>48</sup>. El tipo de imágenes, así como su formato y calidad de elaboración, dependían enormemente del público al que fuesen destinadas. La inmensa mayoría de estas publicaciones, dirigidas a hombres sin demasiados recursos, eran de fabricación sencilla, muy barata y en formato de pequeños libros compuestos por imágenes en blanco y negro

42\_Katsukawa Shunshô, “Ehon ukiyo no itoguchi” (1776?).



<sup>47</sup> Ibid. p. 29.

<sup>48</sup> CALZA, Gian Carlo. “City Life”. *Ukiyo-e*. p. 241.

(fig.43), frente a las estampas en hojas sueltas habituales en la época que dominaban el mercado del ukiyo-e. A pesar de los avances técnicos de la policromoxilografía, las mayoría de las estampas eróticas continuaron realizándose en blanco y negro, por su inferior coste y el rápido y sencillo proceso de fabricación. Además de lo expuesto con anterioridad, los libros podían ocultarse en cualquier rincón, dado su pequeño tamaño, y guardarse y transportarse con total discreción, frente a las vistosas imágenes destinadas a ser expuestas como decoración. De este modo lo plasmaban unos versos de la época:

*makura-e*  
枕 絵

*mainichi kawaru*  
毎日 変わる

*okidokoro*  
置き所<sup>49</sup>

Este tipo de publicaciones se trataban, a menudo, con muy poco cuidado y debido a su bajo coste se descartaban con facilidad. Con frecuencia, las portadas exhibían un título que comenzaba con la expresión *ehon* - denotando erótico o pornográfico - y raramente estaban firmadas por los artistas responsables de las ilustraciones; incluso en el caso de grandes maestros del Ukiyo-e que se dedicaron a producir esta clase de imágenes eróticas, como Jintaku, Shunshō o Hokusai, solían aparecer con distintos seudónimos prescindir por com-



43\_Torii Kiyonobu, "Cortesana y cliente" (1715).

pleto de identificación. Hoy en día, muchas de estas imágenes se atribuyen a sus autores a tenor de la técnica y la fecha en que fueron producidas, al no haber registro fehaciente de su autoría. Si las diversiones y placeres que ofrecía el barrio rojo de Yoshiwara destacaban por su variedad y capacidad por entretener y seducir a sus visitantes, la cultura de la masturbación, bastante extendida entre los hombres y mujeres de Edo, gozaba de una gran popularidad. En los comercios eróticos de la época se podían encontrar gran variedad de libros, dispositivos sexuales y otros artículos destinados a tal fin. Entendido en muchos aspectos como un negocio, los establecimientos de sexo y prostitución estaban muy regulados y controlados por las diferentes instituciones del *Bakufu*. El negocio del onanismo recaía en manos de los comerciantes del período Edo. Además de libros e imágenes eróticas destinadas a hombres y mujeres, existían di-

<sup>49</sup> "Makura-e, todos los días, en un sitio distinto" (Lit. Imágenes de almohada / todos los días cambia / posición); en SCREECH, Timon. Op. cit. p. 24 y 29; y a su vez en: HASANAKI Kazuo y AOKI Meiro; *Senryū no Shunga-shi*; Taihei Shobō, Tokyo 1989, p. 49.

No obstante, estos versos son susceptibles de ser interpretados de otra manera, atendiendo a la doble significación que pueden adquirir las palabras, desprovistas del carácter denotativo de los ideogramas *kanji*: el término "*okidokoro*" serviría también para designar las casas verdes y burdeles del barrio del placer de Yoshiwara, con lo que pasaría a significar: "Makura-e, todos los días, un placer (una cortesana, un burdel) distinto". Asimismo, el término *okidokoro* está compuesto inicialmente por dos vocablos, "*tokoro*", que indica lugar, y "*oki*", derivado del verbo *oku* (置く) que significa poner; escrito con caracteres silábicos y no *kanji*, "*oki*" puede aludir igualmente al verbo *okiru* (dormir), con lo que el poema pasaría a significar: "Makura-e, todos los días, en una cama distinta", en alusión al destinatario del libro erótico.



44\_Utagawa Tokuyoni (1820).

ferentes artilugios a la venta en tiendas de productos eróticos, como consoladores y estimuladores.

Frente al creciente puritanismo de origen religioso que existía en Europa, en Japón la sexualidad y sus diferentes manifestaciones estaban completamente desligadas del concepto de pecado imperante en Occidente, así como de sus regulaciones y restricciones. En el siglo XVIII, el gran auge y desarrollo del Ukiyo-e se producía a la par que la del mercado del sexo; en Europa, en cambio, triunfaba la disertación *L'Onanisme* de Samuel-Auguste Tissot, un tratado sobre las enfermedades en pacientes ocasionadas por la masturbación<sup>50</sup>. Frente al comercio masculino, el mercado de las publicaciones pornográficas destinadas a mujeres se alejaba bastante del carácter ligeramente furtivo y marginal que poseían los pequeños libros de almohada. En su lugar, despuntaba una nueva

serie de imágenes, de alta calidad, producidas con las técnicas de cromoxilografía en hojas sueltas - de mayor formato - o pinturas sobre seda, destinadas a las damas aristócratas de la corte. Confinadas en sus mansiones durante la ausencia de sus maridos por período de un año, con motivo del *sankin kôtai*, hallaban consuelo en las pinturas eróticas del Ukiyo-e y en los retratos de actores de teatro kabuki. Existen numerosas ilustraciones de la época que retratan los harenes de los *Daimyo*, y el uso, con fines hedonistas, de las xilografías Ukiyo-e (fig.44). El forzoso encierro en la mansión familiar de la capital, con esporádicas salidas para disfrutar de actividades mundanas y entretenimientos como el teatro y las atracciones, y la constante vigilancia de los sirvientes, así como la notoriedad de las propias damas, hacían sumamente difícil e infrecuente las relaciones extraconyugales con otros hombres.

La existencia de este tipo de imágenes pone de manifiesto la importancia de este lujoso mercado destinado a mujeres, y que la masturbación asociada al comercio del Ukiyo-e no era una actividad circunscrita exclusivamente a varones dentro de las variadas costumbre sexuales del período Edo. Asimismo, la naturaleza de estas imágenes, eróticas, pero alejadas del carácter más rudo y grotesco de las imágenes pornográficas habitualmente consumidas en el mercado masculino, revelaban una inquietud más artística que

<sup>50</sup> Publicado en 1760, "L'Onanisme. Dissertation physique sur le maladies produits par la masturbation", influyó en las tesis que, sobre masturbación, sostuvo la medicina occidental en los dos siglos siguientes. La teoría de Tissot (1728 - 1797), apoyada por estudios médicos con pacientes de su consultorio en Lausanne (Suiza), exponía que el semen era un aceite esencial del cuerpo humano, y que su pérdida, por la masturbación en pacientes varones, ocasionaba todo tipo de enfermedades, tales como una perceptible reducción de la fuerza, de memoria e incluso de la razón, visión borrosa, trastornos nerviosos, gota y reumatismo, sangre en la orina, alteraciones del apetito y dolores de cabeza, entre otros.

vagamente comercial, como se apreciaba en las segundas. Por otra parte, su gran tamaño, el hecho de ser colecciones - a menudo - formadas por series de doce imágenes<sup>51</sup>, la ausencia de texto de cualquier tipo, la costosa y rica factura, el acabado y materiales, así como lo evolucionado de la técnica, son características que revelan, sin lugar a dudas, que el destinatario era una persona de gran fortuna y, normalmente, instruida y con gustos más elevados, próximos a las excentricidades de la nobleza.

Estas piezas, mayoritariamente destinadas a novias y esposas, a menudo iban incluidas en el ajuar de la doncella, y podían regalarse a una joven prometida a punto de desposarse. Su incorporación, lejos de ser considerado de mal gusto, hablaría positivamente de su propietaria: que la joven era inocente y casta, que era titular de una gran fortuna, y que poseía unos gustos refinados<sup>52</sup>. Así pues, se entendía que la joven dama necesitaba las imágenes para ver como era un hombre desnudo y ruborizarse, y siendo un bien de gran coste y superior refinamiento (veladamente eróticas, frente a las imágenes con textos obscenos y abiertamente pornográficas del mercado masculino), ponía de manifiesto sus gustos elevados (fig.45).

*“A pesar de todo el exceso, los shunga se mantendrán moderados, graciosos a pesar de todo su ímpetu, sutiles a pesar de toda*



*la indiscreción, poéticos a pesar de todo el realismo, cómicos a pesar de toda la didáctica”*<sup>53</sup>.

### ***Lady's Comic***

Al profundizar en la evolución formal y conceptual experimentada por el *shōjo-manga* para chicas jóvenes, destacaba la aparición en la década de 1980 de un género de *porno-manga* vinculado a una nueva generación de mujeres adultas, muchas de ellas trabajadoras, que habían crecido leyendo las tiernas historias de amor platónico propias del cómic para adolescentes. Esta tendencia, bautizada con el nombre de *Lady's Comic*, se desarrolló como reacción frente a esas series de juventud, sirviéndose de elementos formales y argumentales característicos del género *shōjo-manga*, con portadas y formatos similares, pero evidenciando que se trataba de un producto para adultos con explícitas escenas sexuales. En cierto modo, estas publicaciones apelaban a una nueva

<sup>51</sup> Realizadas por encargo y muy costosas, estas series solían estar compuestas de doce estampas, la primera de las cuales, a menudo, era más casta que las restantes, y se situaba encima de las restantes, para mantener las apariencias.

<sup>52</sup> SCREECH, Timon. Op. cit. p. 27.

<sup>53</sup> Grabados japoneses; pag.28.

generación de mujeres japonesas, inmersas en una cambiante dinámica laboral, dominada por varones, y donde la discriminación sexual y los estereotipos machistas todavía se encontraban muy presentes. Muchas de estas mujeres, descontentas con su realidad laboral cotidiana, manifestaban una cierta rebeldía respecto a los cánones sociales y familiares imperantes en la cultura japonesa tradicional, exhibiendo su condición de solteras y renegando de muchos de los roles habitualmente atribuidos a las jóvenes niponas, como la búsqueda del matrimonio y la consolidación de una familia. En su defecto, permanecían en su puesto de trabajo, que les proporcionaba la independencia económica necesaria, y disfrutaban del ocio nocturno y de historias románticas pasajeras. Se daba un proceso de retroalimentación, donde las publicaciones de *Lady's Comic* se nutrían de las historias de la realidad cotidiana de estas mujeres y, al mismo tiempo, marcaban las pautas a seguir por estas.

motivó que un gran número de principiantes debutasen como *mangakas* profesionales, provocando un aluvión de nuevos semanarios y series especializadas que, si bien satisficieron la gran demanda, terminaron por saturar el mercado con productos manidos y faltos de originalidad.

Muchas escritoras rechazan la calificación de “manga pornográfico para mujeres” que se la ha querido dar desde algunos círculos editoriales. No obstante, aunque de un modo un tanto descarnado, esta definición se aproxima bastante a la realidad de este género. A menudo las historias descritas en el *Lady's Comic* se centran en la vida cotidiana de sus protagonistas, sus quehaceres en la empresa y el trabajo o sus labores en la casa, pero introduciendo un componente erótico: veladas románticas con sus novios o maridos, fantasías con compañeros de trabajo y aventuras extraconyugales. Al tratarse de un producto abiertamente pornográfico, se detallan con intensidad y verosimilitud las relaciones sexuales, pero al contrario de lo que sucede en muchos de los relatos para varones, la protagonista del *Lady's Comic* es una mujer activa, dueña de sus gustos y emociones y que no teme tomar la iniciativa (fig.46). Dentro del propio género se aprecia una doble vertiente atendiendo a la intensidad del discurso erótico presente en las narraciones: cuando el sexo es el eje central de la obra, en torno al cual giran los restantes elementos argumentales como

46 Ishii, "Kuro no tenshi" (1976).



un pretexto, o si este ocupa un papel secundario en la trama, supeditado al guión general. Si bien muchas de estas series de manga mantienen un equilibrio entre la precipitación del acto sexual y el correcto desarrollo narrativo, la primera tendencia define un suceso marcadamente erótico, mientras que la segunda se centra en una historia romántica donde, a menudo, se produce un traslado de los valores, argumentos y planteamientos del manga adolescente de instituto hasta ubicarlos en la oficina.

Si bien el género *Lady's Comic* se ha mantenido con frecuencia al margen de reivindicaciones feministas, muchas de sus autoras se han posicionado en contra de la inclinación pubescente impuesta por el porno-manga para varones, reivindicando la belleza de la mujer adulta, sin “concesiones a la predilección masculina por la fruta verde”<sup>54</sup>. El manga erótico para mujeres no ha querido seguir la tendencia de la cultura japonesa actual hacia la puerilidad y la infantilización de la mujer, perpetuada por los estereotipos de las colegialas con uniformes marineros y el comercio fetichista de *burusera*<sup>55</sup>. Tal como reivindican sus autoras, la sexualidad en el porno-manga femenino no es sensacionalista, sino que sirve al propósito argumental de la obra. No obstante, algunas investigadoras y colectivos feministas censuran las publicaciones de *Lady's Comic* al considerar que no sólo no reivindican a una mujer independiente en el plano laboral, sexual

y afectivo, sino que perpetúan numerosos estereotipos machistas. A su modo de ver, este tipo de historias presentan a una mujer poco ambiciosa y sin expectativas, que tan sólo ansía conocer a un hombre perfecto, un moderno príncipe azul que las libere de la pesadez y rutina del día a día (fig.47-48). Además, tal como argumentan, las ventas de este tipo de semanarios satisfacen un mercado mayoritariamente masculino, en el que los editores a menudo privilegian su punto de vista sobre el de las autoras. En último extremo reivindican a una mujer dueña de su propio cuerpo, independiente y sin complejos: “cada persona alberga varios sentimientos. En ocasiones se es inocente; a veces indecente: esto forma parte del ser humano. (...) Incluso a una mujer sofisticada le puede gustar ser una fulana en determinadas ocasiones”<sup>56</sup>.

Algunas publicaciones de *Lady's Comic*, no obstante, tratan temas serios y problemáticos desde una óptica didáctica y amena, resultando de utilidad tanto a adolescentes como a señoras adultas. En la actualidad los semanarios dirigidos a mujeres se han diversificado enormemente, abarcado infinidad de temas y propuestas, más allá de las historias de contenido romántico y sexual. En ocasiones intentan posicionarse y dar respuestas respecto a problemas personales o familiares, en las relaciones conyugales o a raíz de un divorcio, u ofrecer consejos durante el embarazo o para cuidar la salud.

49\_Katsu Aki, “Futari Ecchi” (1997).



<sup>54</sup> BERNDT, Jacqueline. Op. cit. p. 134.

<sup>55</sup> *Burusera* es el término japonés para referirse al fetichismo misófilo por las prendas de ropa interior usadas. También reciben este nombre los comercios donde se compra-venden este tipo de productos, y donde las colegialas y jóvenes japonesas intercambian su ropa interior y uniformes escolares usados a cambio de una significativa remuneración económica. La voz *burusera* surge de la contracción de dos vocablos: *Buruma* (del inglés *bloomer*), que significa “bragas”, y *serafuku* (del inglés “sailor” y del japonés “fuku”, que denota ropa), nombre del uniforme escolar japonés.

Muchas adolescentes japonesas reconocen haber aprendido nociones básicas acerca de las enfermedades venéreas o los métodos anticonceptivos gracias a las publicaciones *Lady's Comic*. Japón es un país donde la educación sexual resulta deficiente en comparación con otras naciones desarrolladas, pero donde el porcentaje de escenas eróticas incluidas en los cómics es muy superior. En una sociedad como la japonesa, donde el sexo es un tabú incluso dentro del seno familiar, los manga constituyen una oportunidad de aproximarse a la realidad de las relaciones sexuales desde una perspectiva menos restrictiva (fig.49).

En la actualidad, las publicaciones seriadas de *Lady's Comic* sobreviven con holgura dentro de la barahúnda de títulos de la oferta editorial, pero en una dimensión muy próxima a la pornografía del mercado occidental: las revistas son baratas y alcanzan buenas tiradas (las más populares en torno a un millón de ejemplares), pero su vida es efímera, y las historias no suelen profundizar y dilatarse excesivamente en sus desarrollos. Al igual que sucedía con las xilografías *shunga* del período Edo, no se pueden despreciar los valores formales y narrativos de algunas obras significativas del género erótico, pero del mismo modo que con las ediciones *makura-e*, es excepcional e infrecuente que estas historias se recopilen en tomos de coleccionista y se conserven una vez consumidas. Muchas series



optan por imitar las portadas y acabados de las publicaciones juveniles, pero dado su carácter pornográfico, sigue siendo un género donde predomina el seudónimo o el anonimato en la autoría.

**Hentai.**

En el presente estudio y a fin de tipificar las diferentes categorías de manga erótico se ha empleado el término *hentai*, entendido en su significado occidental, para aglutinar el conjunto de publicaciones pornográficas dirigidas a varones. En el mercado europeo y americano el *hentai* alude genéricamente al *porno-manga* pero, tal como se puntualizó en el apartado relativo al *Lady's Comic*, la gran especificidad y las características formales y conceptuales propias de este último, provocan que a menudo la voz *hentai* se adopte como denominación del manga erótico masculino.

47\_ Moyoko Anno, "Happy mania" (1996). >>  
48\_ Naoki Yamamoto, "Asatte Dance" (1989).



<sup>56</sup> SOHIMA, Takeshi; en GRAVETT, Paul. Op. cit. p. 118.

Con frecuencia el *porno-manga* recurre al principio erótico de que lo ligeramente velado o entrevisto excita más que aquello que resulta demasiado obvio. Para ello emplea los recursos formales intrínsecos al manga en general, como el fraccionamiento de las viñetas en la página o la narratividad cinematográfica, potenciando las asociaciones de ideas por parte del lector (fig.50). “Entre la silueta de la exuberante melena recogida y el intenso juego de las telas, aparece un rostro como una máscara con unos pocos trazos finos, separado el entorno vacío tan solo mediante las delicadas líneas del perfil levemente onduladas”<sup>57</sup>. Desde siempre, el erotismo en Japón ha estado más ligado a lo sugerente, incluso a lo picante o asociativo, que a la desnudez explícita. “Si las figuras aparecen desnudas por completo, los cuerpos y los miembros, en la misma tonalidad del papel, parecen muñecas de goma, con una excepción. Ahora se sabe lo que las pequeñas manos blancas pueden aportar a las imágenes ambiguas: un violento contraste”<sup>58</sup>.

Un remanente formal clásico de los grabados *shunga* en el manga erótico actual es la tendencia a hipertrofiar los genitales masculinos cuando estos aparecen representados (fig.51-52). Debido a la aplicación del artículo 175 del código penal japonés contra la obscenidad, está prohibida la reproducción de los genitales en cualquier tipo de publicación impresa o audiovisual. Las



obras eróticas están obligadas a ocultarlos, difuminando o pixelizando parcialmente aquellas imágenes en las que se muestran. En aquellos manga cuyo contenido no es específicamente pornográfico, pertenecientes a los géneros *shōnen* o *shōjo*, y donde se ilustran los personajes desnudos o manteniendo relaciones sexuales, es infrecuente que los autores dibujen los genitales. Normalmente aparecen aludidos, velados, sugeridos o simplemente no aparecen, pero raramente se recurre a una representación naturalista de los mismos. En otras ocasiones, cuando aparecen representados, lo hacen bajo la forma de un enorme falo de proporciones descomunales. Este recurso es empleado a menudo en los manga humorísticos con contenidos sexuales, dando pie a equívocos o bromas referentes al pene (fig.53). Otras veces simplemen-

51

52\_ U-Jin, “Angel” (1988).



<sup>57</sup> Grabados japoneses. p.24.

<sup>58</sup> Ibid. p.28.

<sup>59</sup> Ibid. p. 48.

te funciona metonímicamente como reflejo de la intensidad del acto sexual, quizás deudor del espíritu de los grabados eróticos Ukiyo-e. *“Incluso en los grabados claramente eróticos, no es frecuente que se despoje totalmente a los protagonistas de sus vestimentas. Se juega con las vestimentas y sus plegados dejando ver sus órganos sexuales y poniendo el énfasis en la dificultad de las posturas. En los casos en los que se ofrece la imagen desnuda, no se está valorando el cuerpo por la belleza de sus formas, sino exclusivamente como objeto de placer, y por eso suele exagerarse el tamaño de los órganos genitales”*<sup>59</sup>.

En las variadas publicaciones de *hentai-manga* el papel de la mujer no está en absoluto tipificado, en buena medida por la heterogeneidad de filias y temáticas fetichistas específicas presentes en este tipo de obras. Las mujeres pueden adoptar tanto el rol de ninfómanas insaciables o dominatrices, tomando una actitud activa en la narración, como de doncellas sumisas o violadas, convirtiéndose así en un objeto de deseo sometido a la voluntad de sus captores (fig. 54). Esta última sigue siendo la tendencia más acusada en las publicaciones *hentai* contemporáneas. Al contrario de lo que sucede en buena parte de las historias del *Lady's Comic*, la mujer raramente ejerce un rol dominante, y se sujeta a su papel de esclava sexual al servicio de los hombres.

Esta actitud, perpetuada en el manga pornográfico actual, es deudora de las primeras historias de *ero-gekiga*, surgidas como una variante del *gekiga* publicado en los años sesenta, donde la violencia sexual actuaba como reclamo para un tipo de lector adulto que demandaba una mayor explicitud y crudeza en las escenas eróticas. En los primeros *ero-gekiga* la aproximación al acto sexual pretendía ser más verosímil, sin escatimar en sucesos violentos y vejatorios. En estos manga, el narrador se recreaba en el coito y en sus preliminares, colocando al hombre en su rol de violador y a la mujer como simple objeto, amordazada, maniatada y despreciada. Hoy en día, la presencia del *ero-gekiga* como subgénero erótico específico es testimonial, tras su paulatina desaparición desde comienzos de los años ochenta. Su decadencia se explica, en gran medida, por la progresiva incursión del erotismo y el sexo en las revistas juveniles que, sin llegar a los niveles del *ero-*



50\_Escena del mangaka Toshiki Yui, en la revista Momohime Magazine. >>

*gekiga*, satisfacían las necesidades de una parte del público, al tiempo que se generalizaban las primeras revistas de fotografías pornográficas y se diversificaban las temáticas de manga erótico, constreñidas, hasta entonces, a este único enfoque. Así pues, dependiendo de la temática en la que se encasille una narración erótica en un manga, la mujer puede desempeñar un rol sumiso, próximo a la violación, o adoptar un papel activo y dominante, asociado en ocasiones a filias sadomasoquistas.

Frente al *ero-gekiga* de los años sesenta y setenta, donde los relatos de gran violencia y alto contenido erótico se sujetaban, no obstante, a una representación naturalista y a una narración verosímil y elaborada, muchas historias contemporáneas se articulan como simples pretextos para la puesta en escena del acto sexual. Más aún, dentro del conjunto de la narración, se entiende esa relación sexual como una suerte de impás al final del cual no habrá remordimientos ni consecuencias.

Desde los comienzos de los primeros manga eróticos, el género *hentai* reclamó el cuerpo femenino como campo de juego y de intervenciones violentas, y gozó de una rápida aceptación y popularidad comercial entre la joven sociedad masculina, oprimida sexualmente por la férrea normativa moral, las rígidas tradiciones culturales y por la imposibilidad de socializarse en un entorno tan aséptico como el mundo laboral



nipón. Su éxito se orquestó en torno a tres aforismos que caracterizan las narraciones *hentai*: por una parte, eludían las dificultades de la aproximación a la mujer real, por otra, permitían al lector entregarse pasivamente a esa entidad imaginada, y de vital importancia: ahorraban remordimientos puesto que el objeto de deseo no padecía daño alguno. Es más, la mujer de los *hentai-manga* es hermosa, servicial y prácticamente invulnerable, pues siempre reaparece indemne después de padecer todas las penalidades, de tal manera que el lector masculino puede recrearse sin sentimiento alguno de culpa.

A menudo se recurre al cliché ya referido de la muchacha adolescente en uniforme marinerío como símbolo del erotismo nipón, muy alejado de las fotografías sexuales de modelos y

53\_Tatsuhiko Yamagami, "Gaki deka" (1974).

<sup>60</sup> Hanga. *Imágenes del Mundo Flotante*. p. 28.



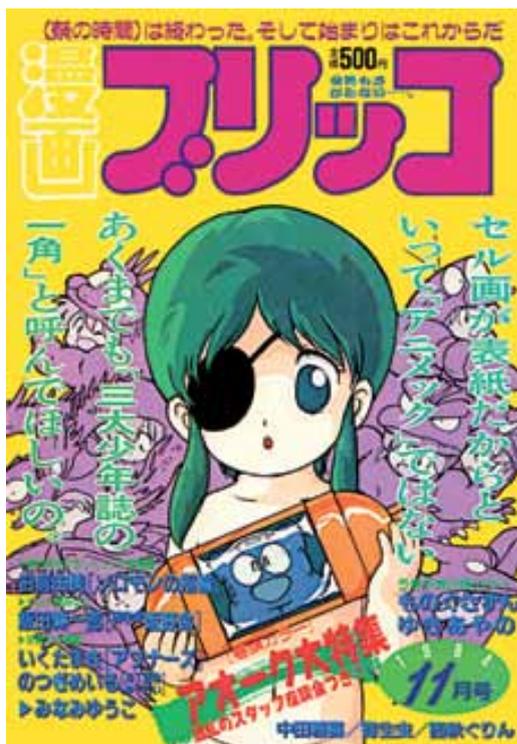
54 actrices presentes en las revistas pornográficas. En muchos aspectos, se podría afirmar que el público japonés prefiere la virtualización del porno presente en el manga y anime, y no el erotismo de figuración real. De hecho, si se preguntase a un lector occidental acerca de la pornografía japonesa, es probable que remita al anime antes que a las películas de carne y hueso que sí reconocería como propias de su país. Este sentimiento de distanciamiento respecto del referente erótico original se ponía de manifiesto en los grabados *shunga* del período Edo: *“centrándonos en una temática tan particular como la de las prostitutas, hay que señalar la gran distancia que separa las fotografías - desnudos de mujeres europeas del siglo XIX - de los grabados, no sólo en canto*

*a calidad artística (...) sino también en cuanto a que dichas fotografías eran tomadas del natural, oponiéndose a las idealizaciones de los grabados japoneses. Por otro lado, mientras las japonesas aparecen envueltas en riquísimos quimonos mostrando provocativamente los tobillos, la rodilla o la nuca despejada - y el sexo, pero sin desvestirse completamente - las europeas exhiben sin recato y sin gusto alguno su cuerpo desnudo”<sup>60</sup>.*

Al igual que sucede en los relatos del *Lady's Comic* más directos y explícitos, el *hentai* recurre a argumentos dispares para poner a los personajes en situación y precipitar el acto sexual. Las historias de trasfondo, aunque en ocasiones pueden llegar a ser muy elaboradas, son utilizadas por el autor como excusa para introducir el sexo en la narración. Por otra parte, junto a un gran número de historias más clásicas de contenido sexual genérico, dentro del manga erótico existen temáticas específicas que apelan a diferentes actitudes fetichistas y parafilias, de entre las cuales destacan algunas de ellas por su gran difusión y enorme popularidad, hasta el punto de ser consideradas subgéneros específicos dentro del manga erótico *hentai*.

Dentro de este subconjunto de historias, las narraciones de temática *lolicon* merecen mención específica, no sólo por la importancia relativa que adquieren en el contexto de las publicaciones pornográficas y su rápido ascen-

so editorial, sino también por su masiva presencia en el cómic amateur y fanzines como temática fundamental, y, sobretodo, por su gran repercusión popular. Su trascendencia cultural estriba en su permeabilidad y capacidad de influencia en la sociedad japonesa, hasta el punto de definir una estética y movimiento propios de dimensión internacional. Además del subgénero *lolicon*, son populares los relatos de temática *bakunyū*<sup>61</sup> (grandes pechos; fig.55), *futanari* o hermafroditismo, *kinbaku* (bondage) y BDSM, maiesiofilia, *omorashi* (urolagnia), “*tentacle porn*” y zoofilia fantacientífica entre otros, en buena medida debido a su gran especificidad y al ir dirigidos a un público muy preciso.



El *lolicon* es un subgénero de manga erótico relativamente reciente, surgido a comienzos de la década de los ochenta en el marco de las primeras publicaciones fanzine y las incipientes ferias Comiket de dibujantes amateur. El término *lolicon* es un acrónimo japonés procedente de la locución anglosajona *Lolita Complex* (“Complejo de Lolita”), en alusión al personaje de la novela *Lolita* de Vladimir Nabokov. En Japón sirve para definir tanto el sentimiento de atracción de un hombre adulto hacia muchachas jóvenes o de aspecto añinado, como al propio individuo que lo experimenta. Asimismo, se emplea para referirse al subgénero de manga y anime donde las protagonistas, que responden a ese estereotipo infantil, se ven envueltas en situaciones eróticas

o contextos sexuales. En occidente carece de la connotación peyorativa intrínseca a la nomenclatura nipona y únicamente alude a su segunda significación, para definir una categoría de manga y anime. Si bien las historias pueden incidir en los nexos sentimentales y eróticos entre el personaje infantil y un adulto, estas no siempre responden a un esquema narrativo preciso y, en ocasiones, se centran en tabúes sociales, como los vínculos incestuosos o las relaciones entre profesores y alumnos.

Se considera al dibujante Hideo Azuma (fig.56) como el pionero de los relatos de manga *lolicon*, publicados a finales de la década de 1970 y comienzos de 1980. Las primeras historias aparecieron en una revista amateur

57

56



<sup>61</sup> Literalmente, los caracteres ideográficos kanji del término *bakunyū* significan “explotar” y “leche” o “mama”, dependiendo del contexto. Podría traducirse como pechos explosivos o explosión láctea.

titulada Shibêru (Cybele) editada por el propio autor en 1979. Ese mismo año, Azuma fue galardonado con el Premio Seiun<sup>62</sup> al mejor cómic del año por un manga de ciencia-ficción titulado *Fujôri Nikki*. Las publicaciones *lolicon* alcanzaron rápidamente una gran popularidad entre los adolescentes y jóvenes japoneses, debido a que la mayor parte del manga erótico comercializado hasta entonces, respondía a los parámetros y exigencias del *ero-gekiga* y *Lady's Comic* de décadas anteriores, caracterizados por presentar a mujeres maduras e historias de gran violencia. Frente a estos géneros para adultos, el *lolicon* se distinguía por sus muchachas pubescentes y su contenido erótico y sugerente, antes que abiertamente pornográfico, al tiempo que se alejaba de las historias de sexo extremo y explicitud representadas en las publicaciones tradicionales. El éxito y popularidad de estos primeros manga provocaron una aluvión de nuevas publicaciones y semanarios de temática *lolicon* (Lemon People, Manga Burikko, etc.; fig.57), que recogían muchos de los estereotipos formales y narrativos más habituales del *hentai*, adaptándolos como propios a través de las figuras de “*despampanantes niñas, masturbadoras lujuriosas o violadas agradecidas*”<sup>63</sup>.

Conceptualmente, el subgénero erótico *lolicon* se desarrolló al amparo de las publicaciones fanzine y las multitudinarias convenciones de manga de finales de los ochenta como respuesta,

en buena medida, a las parodias femeninas del cómic para hombres. Las *mangakas*, cuyas publicaciones se caracterizaban por caricaturizar los roles clásicos más varoniles y masculinos, ridiculizaban muchos de los clichés presentes en las historias *shônen* y *seinen* más famosas. Frente a esta actitud, los autores amateur exhibían a las jóvenes protagonistas de sus historias con un aspecto provocativo, donde sus rasgos añiados y ingenuos se combinaban con cuerpos voluptuosos y sensuales. Para muchos dibujantes masculinos no era más que un pasatiempo con el que reírse y satirizar a los *shôjo-manga* para chicas. A menudo realizaban adaptaciones de las heroínas femeninas más célebres y estereotipadas para ponerlas en situaciones que posibilitasen la figuración pornográfica. Estos dibujantes, que al mismo tiempo eran los principales lectores y consumidores de otras publicaciones amateur, se apropiaban de muchas de las situaciones originales de aquellos *shôjo-manga* en las que, a su entender, existía “sexo reprimido” entre los personajes protagonistas, con el fin de exteriorizarlo. A menudo utilizaban como pretexto las historietas de romance y amor juvenil, tan recurrentes en los relatos de cómic femenino, para contextualizar las escenas sexuales.

Muchos de los elementos recurrentes y tópicos presentes en el subgénero *lolicon* en la actualidad son deudores de las primeras historias de Hideko Azuma



<sup>62</sup> El Premio Seiun es un prestigioso galardón japonés de ciencia-ficción otorgado por los participantes a la Convención Nacional de Ciencia Ficción Japonesa.

<sup>63</sup> BERNDT, Jacqueline. Op. cit. p. 135.

y otros autores pioneros en la década de los ochenta. Uno de los recursos argumentales más chocantes y significativos consiste en situar en un contexto fantástico e inverosímil a estas modernas caperucitas, donde no interactúan únicamente con seres humanos, sino que son víctimas sexuales de extraterrestres, monstruos, mutantes, híbridos animales o engendros mecánicos (fig.58). Este tipo de narraciones se inscriben en una temática específica, que combina muchos de los elementos característicos del manga *lolicon* con los recursos formales y narrativos propios de los relatos de ciencia-ficción. Esta temática, que alcanzó una gran popularidad en la segunda mitad de la década de los ochenta, se conoce en occidente con la voz inglesa "Tentacle Porn" o "Tentacle Rape" (*shokoshu gōkan*)<sup>64</sup>, y comprende el subconjunto de narraciones de terror, de manga y anime pornográfico, donde diferentes monstruos o engendros robóticos tentaculares violan a una joven mujer. Aunque el "Tentacle Porn" goza de autonomía como temática independiente dentro del universo de publicaciones eróticas, en buena medida debido a la gran especificidad del argumento y a su extraña imbricación entre el imaginario de terror de ciencia-ficción y la figuración pornográfica, a menudo se encuentra asociado a narraciones del subgénero *lolicon*, donde las chicas violadas responden al arquetipo formal de "lolitas".

Este tipo de recursos narrativos beben directamente del imaginario ukiyo-e y de los monstruos de pesadilla de la tradición y del folclore japonés. Una de las ilustraciones más célebres corresponde a la estampa de Katsushita Hokusai titulada *El sueño de la mujer del pescador* (fig.59), donde una mujer aparece representada manteniendo relaciones sexuales con dos pulpos. Las deidades animistas de la religión sintoísta y las leyendas de animales mágicos de la cultura nipona posibilitaron la creación de este tipo de imágenes en aquella época, impensables en Europa o América, pero que en Japón se asociaban a relatos tradicionales, como el del Dragón Rey del mar de la xilografía de Hoku-

58\_Hideo Azuma, "Kusari" (1992).



<sup>64</sup> "Pornografía tentacular" y "Violación tentacular" respectivamente.

<sup>65</sup> KELTS, Roland. Op. cit. p.134.



59 sai. A pesar del bagaje cultural de varios siglos, las primeras obras manga que responden a la definición de “*Tentacle Porn*”

60 no aparecieron hasta la década de 1980, y se considera a Toshio Maeda como el precursor de esta temática con la publicación de la ya célebre saga *Urotsuki-dôji* iniciada en 1986 (fig.60). Maeda optó por introducir este tipo de elementos fantásticos, como tentáculos o apéndices robóticos, como respuesta a la censura impuesta por la legislación japonesa, que prohibía la representación del pene.



Resulta particularmente significativo el aumento en la alienación del género erótico mediante la introducción de elementos fantacientíficos. El manga pornográfico, que hasta entonces se centraba en personajes incapaces de comunicarse en su faceta “humana”, pero que conectaban

muy bien con el lector en el plano sexual, con estos nuevos engendros suprime toda identificación posible y convierte al espectador en un voyeur, no partícipe en la acción, que interacciona de forma pasiva. “Mientras que nadie resulte herido, Japón es extremadamente serio con la consecución de la felicidad personal, aun sin hacerlo expreso en una declaración de independencia formal. La imaginación, reza el tácito argumento japonés, es un signo de nuestra condición humana, independientemente de que se manifieste de manera apocalíptica, erótica o a través de una multitud de especies de Pokemon. (...) La gente en Japón no se avergüenza de su imaginación (...). Tan sólo son dibujos”<sup>65</sup>.

Esta aproximación indirecta a las relaciones eróticas y - más aún - al rol de violador, junto con el creciente interés por los personajes aniñados del subgénero *lolicon* y las heroínas de fantasía es, en opinión de algunos investigadores, un reflejo de la realidad nipona actual. El joven medio japonés está aterrorizado frente a sus relaciones con el sexo opuesto, al que se aproxima violentamente en el plano ficcional a través del imaginario *hentai*, pero ante el que se muestra vulnerable e impotente en la realidad cotidiana. Ante la imposibilidad de interactuar con un ser humano real, termina por refugiarse en los personajes de ficción, más accesibles, adoptando una actitud hermética que los estudiosos consideran definitiva del

*otaku* (fanático) contemporáneo. “Los papeles masculinos y femeninos en Japón han comenzado a superponerse. Las mujeres van a las universidades y escuelas de posgrado y los hombres acceden a empleos en el sector servicios tradicionalmente atribuidos a las primeras. Hay una reacción y un deseo desesperadamente fantástico por distinguir en firme a hombres y mujeres, que se puede ver tanto en el estilo de reportaje presente en la prensa masculina como en la cultura del ‘Complejo de Lolita’. (...) Hay una profunda ansiedad subconsciente expresada en la imaginación cultural masculina sobre la historia no ofuscada de violentos malos tratos y servidumbre femenina en Japón. Se puede ver una fantasía exclusivamente masculina de revolución y venganza femenina tanto en el reportaje sobre las jóvenes ofensivas y sexualmente cabreadas como en las lolitas libertadoras que empuñan armas”<sup>66</sup>.

El porqué de estas lolitas inverosímiles responde a diferentes factores culturales e históricos. Aunque poco creíbles en el contexto de la narración, los personajes infantiles y niñas pubescentes de los relatos eróticos *lolicon* satisfacen una fantasía masculina instalada en el imaginario popular nipón. La industria del sexo no es ajena a la idealización del mito japonés de la niña-mujer, ejemplificada para los occidentales en los uniformes marineros (*serafuku*) de las escolares. Asimismo, la estética *kawaii*, de difícil traducción y

comprensión en los países occidentales, es tremendamente popular en Japón. Este adjetivo, que denota dulzura a la par que vulnerabilidad, se aplica a todo tipo de productos, personajes de ficción y diseños que aglutinen los calificativos de “monada”, “adorable” y “entrañable”, todos ellos rasgos presentes en muchos de los personajes infantiles del género *lolicon*. Por otra parte, el aspecto añorado de las protagonistas tiene mucho que ver con la aplicación del artículo 175 del código penal japonés referido con anterioridad, que condena la exhibición pública de los genitales adultos y el acto sexual, y que hasta mediados de la década de los noventa se interpretaba como la prohibición de representar vello púbico y escenas explícitas durante el coito. Frente a esta restricción, los autores comenzaron a dibujar personajes sin vello púbico, como un truco frente a la censura (fig.61). Esta tendencia terminó por convertirse en una característica formal habitual en los dibujantes de *hentai*, no limitada en exclusiva al subgénero *lolicon*, hasta el punto de que en la actualidad el acomoclitismo es una de las parafilias más recurrentes y reconocibles del manga erótico.

A lo largo de la Era Tokugawa, con la sucesiva evolución del ukiyo-e y la aparición y desarrollo de las grandes escuelas y maestros de los siglos XVII, XVIII y XIX, fue variando la percepción que se tenía de la mujer como modelo y los cánones físicos

<sup>66</sup> Sharon Kinsella, socióloga de la Universidad de Yale, en el curso de una entrevista en: [McNICOL, Tony. “Does comic relief hurt kids?: Is the eroticization of children in Japanese anime a serious social problem or just a form of rebellion”. *The Japan Times*.]

predominantes. Al margen del singular estilo 'psicológico' de Utamaro y su inclinación por una mujer real, de la calle, alejada del fetichismo y virtualidad de las grandes cortesanas, el gusto fue evolucionando entre la tradicional belleza japonesa, frágil y blanca como una camelia, envuelta en los pliegues del ropaje, y las mujeres altas y fuertes reivindicadas por algunos grandes maestros. En ocasiones, también se sentían atraídos por una mujer más niña, consciente de su sexualidad, que no obstante se mostraba ingenua e inexperta frente al mundo. Gian Carlo Calza dijo refiriéndose a las mujeres de las pinturas de Moronobu, y frente a las obras de otros maestros más tardíos: "*Allí surge una mujer totalmente diferente a la pálida y frágil figura con la que Ukiyo-e tiende a asociarse. La nueva mujer exuda sensualidad y su cuerpo goza con el placer físico del orgasmo, pero al mismo tiempo muestra el atractivo inmaduro de una joven muchacha en las antípodas de las curtidas y sabias cortesanas de los maestros del siglo XVII*"<sup>67</sup>.

61



Como se señaló con anterioridad, en Japón el término *lolicon* se emplea en un sentido peyorativo como sinónimo de pederasta, pero estrictamente sólo alude a la parafilia. La comercialización y uso con ánimo de lucro de pornografía infantil está prohibida legalmente desde el año 1999, pero esta condena no es extensible a las publicaciones manga, o a los numerosos personajes de ficción que inundan sus pá-

ginas. Mientras que en otros países desarrollados cualquier manifestación sexual que involucre a menores es completamente ilegal, en Japón únicamente lo son aquellas ediciones o productos que incluyan fotografías o filmaciones de menores, pero no así las obras ilustradas de manga y anime. En el curso de una conferencia celebrada en el año 2008, UNICEF acusó al gobierno japonés de no poner freno a la explotación sexual infantil en su país, al tiempo que hacía hincapié en los peligros del mercado editorial de publicaciones eróticas, y como las historias *lolicon* actúan como reclamo para explotadores sexuales de menores y pedófilos. Para poner freno a este tipo de acusaciones, el gobierno japonés ha planteado nuevas iniciativas penales, que se sumen a las reformas legales contra los abusos y crímenes sexuales, así como la comercialización de material pornográfico infantil, aprobadas en 1999 y 2004. UNICEF instó al gobierno nipón a prohibir igualmente el uso de contenidos pedófilos en el manga, anime y videojuegos. "Japón, un importante jugador en la tecnología de la información, está fuera de control, lo que significa que tanto los niños de aquí como del resto del mundo están sufriendo explotación sexual en aras de la pornografía infantil"<sup>68</sup>. Las leyes contra la pederastia aprobadas en Japón en el año 2004 prohíben la prostitución infantil y la comercialización de productos que contengan fotografías obscenas de niños menores de 18 años, pero no pe-

<sup>67</sup> CALZA, Gian Carlo. "The Female Figure in the Floating World". *Ukiyo-e*; p. 332.

<sup>68</sup> REYNOLDS, Isabel. "UNICEF says Japan failing to control child porn" [en línea]. *Reuters UK*.

nalizan la posesión de este tipo de imágenes. En la actualidad, están disponibles a la venta en numerosas librerías y tiendas especializadas de internet gran número de libros de fotografías y DVDs mostrando sin pudor ni recato alguno a niñas pequeñas vestidas con biquinis y tanga. La legislación nipona tipifica que este tipo de imágenes no son constituyentes de delito siempre y cuando no muestren los genitales o los pechos. Esta laxitud penal ha posibilitado un crecimiento exacerbado de este tipo de publicaciones y su masiva distribución en países de todo el mundo, con cifras de ventas próximas a los tres millones de libros de fotos eróticas de menores tan sólo en el mercado japonés, ostentando el dudoso honor de ser el principal país productor de pornografía infantil<sup>69</sup> y el segundo consumidor tras EEUU. “El mercado de productos sexualmente explícitos abastece a todos los gustos y fetichismos, y es significativamente más agresivo y violento que el observado en Estados Unidos. Y raramente se aplican restricciones de edad en la compra o posesión de este tipo de materiales.”<sup>70</sup>

Hasta el año 2008, el número de abusos sexuales perpetrados a menores en Japón se había duplicado respecto a 1999, manifestando una tendencia alcista en contra de la evolución experimentada en las décadas anteriores. En 2008 se contabilizaron más de 300 víctimas de abusos sexuales y más de 600 deteni-

dos<sup>71</sup> relacionados con estos crímenes. En un estudio acerca de la correlación entre la proliferación de la pornografía y la evolución de los crímenes sexuales en Japón publicado en 1999 en el *International Journal of Law and Psychiatry*, los investigadores Milton Diamond y Ayako Uchiyama inciden en como al aumento progresivo de pornografía en Japón desde los años setenta había seguido un descenso notable del número de crímenes sexuales cometidos, incluyendo los consumados a menores de edad. “A pesar de todo, es seguro decir que a lo largo de este prolongado período de tiempo las interpretaciones de la definición de obscenidad se han vuelto menos rígidas, con más material que pasa como aceptable y la paulatina sensibilización del público, mientras que las leyes de enjuiciamiento relativas a la violación y ataques sexuales se han endurecido”<sup>72</sup>. Asimismo, el ensayo pone de manifiesto como el incremento significativo de películas, revistas y manga eróticos presentes en las tiendas parecía indicar una evolución similar en el mercado de productos sexualmente explícitos, aun cuando los datos relativos al número de publicaciones o material de este tipo no estén catalogados de manera fidedigna. Frente a esta proliferación, los crímenes sexuales descendieron exponencialmente. En la década de 1990, el índice de criminalidad juvenil japonesa era diez veces menor en comparación con los niveles estadounidenses, al igual que el número de

<sup>69</sup> En 1999 Japón era responsable del 80% de la pornografía infantil producida en todo el mundo, según datos de Naciones Unidas.

<sup>70</sup> DIAMOND, Milton y UCHIYAMA. “Ayako; Pornography, Rape and Sex Crimes in Japan”. *International Journal of Law and Psychiatry*.

<sup>71</sup> CASADO, Virginia. “¿Cómo estas fotos pueden ser legales?”. *El Mundo - Crónica*. Nº 697. p.5.

violaciones y crímenes sexuales; mientras que en EEUU se producían cerca de 40 violaciones por cada cien mil habitantes (0'04%), en Japón ese indicador apenas superaba el 0'001 por ciento. Estas cifras contribuyeron a acallar, durante un tiempo, a aquellos sectores más críticos que afirmaban que el consumo de manga violento o de contenido sexual instaban a la repetición, por parte de la juventud, de actuaciones delictivas similares a las exhibidas en los cómics. Muchos sociólogos y estudiosos concluyeron, por tanto, que este tipo de publicaciones, lejos de incentivar comportamientos asociales o sexualmente criminales, actúan como una válvula de escape al materializarse como fantasías eróticas irrealizables. La involución experimentada en los últimos años con el aumento de crímenes y asaltos sexuales profundiza en esta problemática, en torno a la cual existe una enorme controversia.

Diferentes encuestas realizadas entre alumnos de secundaria y estudiantes preuniversitarios en la década de los noventa reflejaban que cerca de un cincuenta por ciento de los estudiantes varones y una quinta parte de las chicas eran lectores regulares de cómics de contenido pornográfico. "Más significativamente, y a pesar del notable aumento de disponibilidad de pornografía para jóvenes, no sólo hubo una disminución de los delitos sexuales con niños como víctimas, sino que el número de menores delincuentes también dis-

minuyó significativamente"<sup>73</sup>. No obstante, la generalización de este imaginario erótico también ha podido transformar en los últimos años la percepción que popularmente se tiene de algunas actitudes y de los roles sexuales de la juventud japonesa. La sociedad parece haber evolucionado hacia un cierto conformismo, reflejado en un aumento en el número de chicas jóvenes y adolescentes que se prostituyen desde mediados de la década de 1990, tal vez motivadas por la enorme estructura mediática, que retrata amablemente este tipo de comportamientos en vez de censurarlos. "Actualmente en Japón, cintas de vídeo, libros y revistas sexualmente explícitas que apelan a todo tipo de intereses y fetiches eróticos están disponibles. Ello incluye manga sexualmente explícito sin restricciones de edad en cuanto a disponibilidad. Cabinas de teléfono en las áreas comerciales y anuncios en los periódicos capitales contienen enlaces sexuales de todo tipo. Sin embargo, esta disponibilidad de la pornografía moderna es relativamente nuevo"<sup>74</sup>. Paradójicamente, esta deformación de las relaciones sociales arraigada - de un modo acusado - en numerosos jóvenes japoneses, ha contribuido a definir un nuevo estereotipo urbano en la figura de los fanáticos inadaptados "*otaku*", que se sienten más cómodos junto a personajes de ficción que en las relaciones humanas con chicas de verdad, por lo que finalmente terminan por aislarse del mundo.

<sup>72</sup> DIAMOND, Milton y UCHIYAMA, Ayako. Op. cit.

<sup>73</sup> Ibid.

<sup>74</sup> Ibid.

Japón es considerado uno de los países más seguros del mundo para las mujeres, pero desde diferentes colectivos se exige una regulación más firme frente al infantilismo erótico y la violencia exhibida en los manga contra el género femenino, afirmando que la pornografía no sólo aumenta los ataques sexuales, sino que dicha pornografía es, en sí misma, violencia contra las mujeres.

En la actualidad, prácticamente la mitad del material pornográfico ilustrado distribuido en Japón se prodiga en el imaginario pedófilo e incluye colegialas y personajes en edad escolar. La polémica al respecto abarca multitud de opiniones enfrentadas, pero el marco legal es complejo, dado que los protagonistas de *lolicon* no son personas reales, sino personajes ficticios. Para muchos investigadores, es precisamente en esta diferenciación entre sexualidad real y ficción ilustrada donde estriba el principal motivo de debate. Para unos este tipo de dibujos e historias perpetúan una actitud sexualmente dominante y marcadamente machista que objetualiza a la mujer, y que contribuye a la asunción de actitudes criminales o socialmente despreciables como algo natural o aceptable. Para otros, en cambio, no constituye una falta desde el mismo instante en que no se trata de personas reales, sino de personajes ficticios producto de la imaginación del autor. "La cuestión acerca de si una ilustración de cualquier tipo puede considerarse realmente pornográfica es el eje del asunto. Una



fotografía pornográfica o una película de imagen real implica inevitablemente la participación y la objetualización, deliberada o de otro tipo, de al menos un ser humano. Pero una ilustración, ya sea gráfica, ofensiva y/o violenta, es una expresión de la imaginación del artista<sup>75</sup>. Igualmente, los bajos índices de criminalidad sexual del país nipón amparan a aquellos expertos que argumentan que este tipo de material no sólo no motiva una actitud criminal hacia los menores, sino que actúa como válvula de escape para el deseo e inquietud sexuales.

Curiosamente, frente a los diferentes movimientos y asociaciones en contra del manga erótico *lolicon*, o a pesar de las denuncias promulgadas por UNICEF, sorprenden algunas iniciativas adoptadas en los últimos años por parte de varios organismos oficiales japoneses, incluyendo al Ministerio de Asuntos Exterio-

62

<sup>75</sup> KELTS, Roland; Japanamerica, p.142-143.

<sup>76</sup> Misako Aoki, representante de la tendencia lolita, Yu Kimura (estilo de Harajuku) y Shizuka Fujioka, de estética serafuku (colegiala-marinera).



63 res. Como respuesta a la crisis económica que sacude el país desde finales del año 2008 y con el fin de potenciar la cara más amable de Japón en el extranjero, así como favorecer la buena imagen de la cultura y productos japoneses y aumentar el turismo, este último organismo nombró a comienzos de 2009 a tres jóvenes japonesas como embajadoras culturales de Japón<sup>76</sup> (fig.62), con motivo de la feria "Expo Japan" celebrada en Francia en Julio de 2009. Estas chicas son representantes de distintas tendencias y estéticas juveniles célebres, o de movimientos culturales japoneses de gran proyección internacional, como las "lolitas" y "gothic lolitas", o la estética de colegiala *serafuku*. La gran transcendencia popular de esta subcultura urbana y diferentes manifestaciones *underground* ha posibilitado un reconocimiento cada vez mayor de las mismas como parte de la sociedad nipona que hasta ahora,

y de cara a las relaciones exteriores, enfatizaba enormemente en los aspectos de alta cultura tradicionales del país, pero renegaba de este tipo de tendencias de reciente integración. Misako Aoki, de veintitrés años de edad, perpetúa el imaginario "lolita", de enorme aceptación y seguimiento internacional, para quien "las lolitas tratan de preservar con su imagen la inocencia y la indumentaria infantil de las muñecas"<sup>77</sup>(fig.63). Para el Ministerio de Exteriores, tienen la misión de actuar como "comunicadoras de tendencias de la cultura pop japonesa", para promover la confianza en Japón y una comprensión más profunda de su cultura a través de la imagen, en momentos de crisis económica.

Junto al aumento de los manga pornográficos *lolicon*, en los últimos años también ha proliferado un nuevo tipo de publicaciones eróticas *hentai*, paralelas a las primeras y afines en temática, denominadas *shôtacon*. El *shôtacon* es un subgénero de manga pedófilo que se centra en las relaciones entre un adulto y un niño o entre dos niños. El término es un acrónimo de la voz japonesa "Shôtaro complex", en alusión al personaje infantil del manga *Tetsujin 28-gô*, llamado Shotaro Kaneda, de 12 años. Al igual que sucede con las historias *lolicon*, este tipo de publicaciones se encuentran frente a un vacío legal, porque tratándose de personajes ficticios, no están explícitamente prohibidas. Además, frente a las narraciones eróticas *lolicon*, dibujadas mayo-

<sup>77</sup> CONDE, Isabel. "Una 'Lolita' de 23 años abandera la promoción de la cultura 'pop' japonesa". *Público*.

ritariamente por autores masculinos, el *shôtakon* está dibujado tanto por varones como por mujeres, y va dirigido a un público de ambos sexos.

### Yaoi

El *yaoi* define un subgénero de manga erótico cuyas historias se centran en la relación homosexual entre dos personajes masculinos. El término japonés *yaoi* se emplea mayoritariamente en los países occidentales para aglutinar al subconjunto de publicaciones manga que en Japón denominan con la sigla BL, en alusión a la voz inglesa Boys' Love, dirigidas al mismo público femenino que consume habitualmente los géneros *shôjo* y *josei*, pero constituyendo un subgénero erótico autónomo, dadas sus características argumentales y narrativas propias.

El término *yaoi* no remite en absoluto al manga gay (*gei-comi* y *bara*<sup>78</sup>), escrito por autores homosexuales y dirigido a un consumidor de idéntica orientación sexual, sino a un subgénero preciso de manga erótico, cuyas peculiaridades lo aproximan conceptual y formalmente al género *shôjo* para chicas. Aun cuando trata relaciones amorosas muy específicas, siempre entre dos hombres, el *yaoi* es deudor del imaginario *shôjo*, hasta el punto de ser considerado a menudo como una categoría temática específica dentro de este último (fig.64). Del mismo modo, está dibujado casi siempre por mujeres y destinado inicialmente a

un público femenino. En Japón, las mujeres aficionadas a las narraciones *yaoi* de temática homosexual se denominan en tono despreciativo como *fujoshi*, que significa "mujer podrida"<sup>79</sup>.

En Japón, el vocablo *yaoi* adquiere un matiz peyorativo que no posee en occidente, asociado a las primeras publicaciones *dôjinshi* (fanzine) y parodias eróticas de reconocidas series *shônen* a finales de la década de los setenta. Por ese motivo, en la actualidad el término *yaoi* ha caído en desuso en Japón, y para alejarse de las connotaciones intrínsecas a ese pionero mercado *underground*, las historias románticas entre dos varones se conocen ampliamente con la denominación Boys' Love (BL). Contrariamente a esta evolución experimentada en el idioma japonés, en occidente se han acogido unánimemente las voces niponas *yaoi* y *shônen-ai*, para distinguir, respectivamente, entre el conjunto de historias que incluyen sexo explícito en la narración y las que no reflejan una relación física, enfocadas hacia un amor romántico e idealizado que no busca necesariamente la consumación carnal. Para el lector europeo y americano, el *shônen-ai* prioriza los gestos y muestras de cariño y se centra en los sentimientos de ambos personajes, mientras que el *yaoi* tiene un marcado talante sexual. En Japón, ambos tipos de historias se denominan BL. Así pues, y aunque *shônen-ai* significa literalmente "amor entre chicos" (boys' love), ambas denomina-

<sup>78</sup> El término "gei-comi" resulta de la transcripción fonética al japonés de la voz inglesa "gay comic". La palabra *bara*, que significa "rosa", se asocia en Japón a todo lo relacionado con la homosexualidad masculina. El origen de esta asociación proviene de la expresión *barazoku*, que se traduce como "La tribu de las rosas", y que sirve para designar de forma genérica al colectivo gay.



64\_Akimi Yoshida, "Banana Fish" (1985).

ciones tienen significados distintos.

*Yaoi* es un acrónimo resultante del juego de palabras: *yama nashi*, *ochi nashi*, *imi nashi*, que significa "sin argumento, sin desenlace, sin sentido". Acuñado por primera vez por las autoras Akiko Hatsu y Yasuko Sakata

a finales de los años setenta, obtuvo una gran difusión y rápida popularización en la década de los ochenta, pasando a formar parte del glosario habitual de los aficionados al manga. En cierto modo, se puede afirmar que el *yaoi* surgió en el seno de las convenciones *comiket* y publicaciones amateur como respuesta a las historias excesivamente elaboradas desarrolladas en los años anteriores por los miembros del "Grupo de las 24". Estas autoras habían convertido en un estándar para el género *shōjo* este tipo de narraciones, psicológicas y argumentalmente complicadas, por lo que el *yaoi* pasó a centrarse en los aspectos sexuales y triviales de la relación de los protagonistas, sin aportar mayor profundidad ni pretender ahondar en una narración más elaborada. Muchas jóvenes autoras amateur tildaban las crónicas del "Grupo de las 24" de pedantes y elitistas, por las referencias históricas y de literatura clásica que abundaban en muchas de sus historietas, así como por la ambientación fantástica en una Europa idealizada, alejada de las inquietudes y necesidades de las mujeres japonesas. Esto motivó que muchos de los primeros cómic manga de temática homoerótica se desarrollasen, igualmente, en escenarios exóticos similares a los reflejados en las publicaciones *shōjo* de aquella década.

Frente al mercado japonés, en Europa y América se establece la distinción entre los subgéneros *yaoi* y *shōnen-ai*, más

<sup>79</sup> El término *fujoshi* (腐女子), está compuesto por diferentes caracteres kanji que denotan "podredumbre" (腐) y "mujer" (女子). Sugiere, además, un juego de palabras con el vocablo homónimo *fujoshi* (婦女子), que se emplea para designar honoríficamente a las mujeres decentes e íntegras.

aparente que formal, donde el segundo muestra únicamente manifestaciones de cariño y no sexo. No obstante, a pesar de la connotación de corrección política que se le ha querido dar desde occidente, tanto el *yaoi* como el *shōnen-ai* surgieron simultáneamente y de forma paralela, a partir de las publicaciones fanzine y las convenciones de manga *comiket* de la década de 1970, con una vocación comercial claramente diferenciada. Así pues, mientras que las publicaciones *yaoi* poseían un carácter abiertamente marginal y *underground*, como respuesta frente a los estándares formales y argumentales exhibidos en las publicaciones *shōjo* más comerciales, el *shōnen-ai*, aún al primero en muchos de sus planteamientos - aunque, a menudo, menos explícito y más refinado - y centrado igualmente en el amor entre dos hombres, tenía voluntad de constituirse como subgénero estable dentro del mercado editorial oficial, englobado en el universo de publicaciones *shōjo*, al margen del mercado sumergido de ediciones amateur.

En sus comienzos, el *yaoi* se desarrolló dentro del universo *doujinshi* como historietas creadas por los aficionados a modo de parodias sexuales donde intervienen los personajes masculinos de las publicaciones *shōnen* más famosas. Para los seguidores, a través de estos relatos caricaturescos los protagonistas masculinos, que en las series clásicas mantienen una

profunda relación de amistad, se despojan de los tabúes autoimpuestos y se manifiestan sexualmente abiertos. En un sentido estricto, el término *yaoi* servía para referirse específicamente a estas publicaciones amateur de carácter paródico. Sin embargo, el abrumador éxito cosechado por el manga *yaoi* en los años siguientes posibilitó el debut de los autores mejor valorados y de mayor talento en el mercado de las publicaciones profesionales y revistas semanales de manga, presentando creaciones originales, así como su consagración como subgénero erótico propio.

Originalmente, el término *shōnen-ai*, hoy obsoleto, designaba a un subgénero del manga para chicas *shōjo* a finales de los años setenta y comienzos de la década de 1980, y se centraba en el amor efebófilo entre dos 'chicos guapos' (*bishōnen*), cuya relación abarcaba desde lo platónico a la consumación sexual. Este tipo de publicaciones, ligadas inicialmente a las historias del "Grupo de las 24", se nutría de muchos de los elementos recurrentes en las narraciones *shōjo* de estas autoras, tanto formales como argumentales. Abundaban los escenarios fantásticos y exóticos, la búsqueda de la belleza como *leit motiv* formal, y una escritura sofisticada e inaccesible mediante el uso de ideogramas *kanji* muy complejos, en una suerte de esnobismo literario. A todo ello se sumaba la visión romántica e idealizada del amor: estoico, firme, fiel al espíritu de



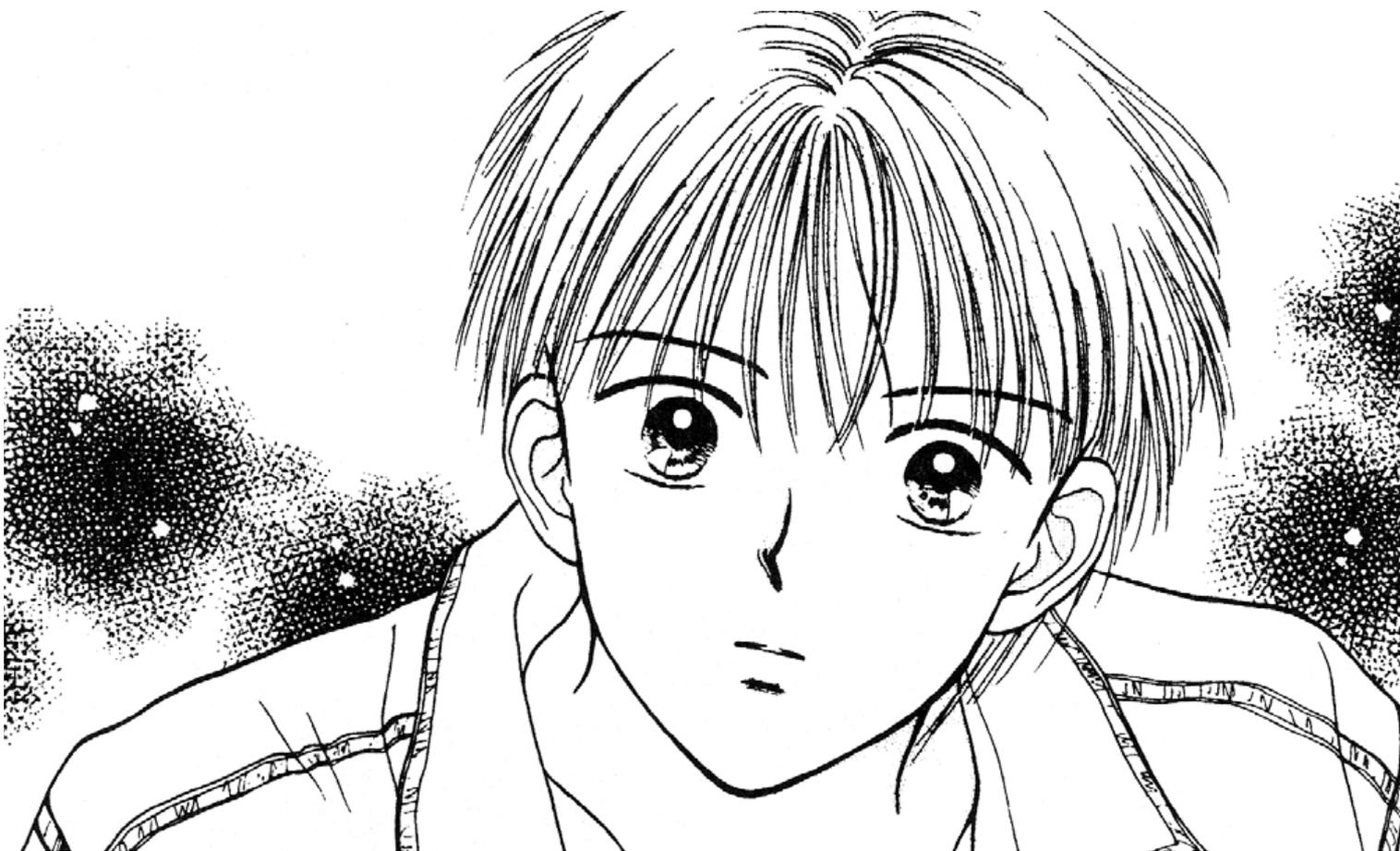
65\_ Keiko Takemiya, "Kaze to ki no uta" (Poema del viento y los árboles, 1976).

superación de cualquier adversidad para consolidar su amor, al margen de las dificultades familiares, su posición y roles sociales, o la homofobia y el desprecio (fig.65). "Recreaciones de los agobios y placeres que disfrutan y padecen los individuos que viven la vida a su manera, con hábitos y gustos que, para bien o para mal, no siempre se ajusta a lo que la sociedad espera de ellos"<sup>80</sup>. Con el paso de los años, ambos subgéneros convergieron bajo la denominación anglófona *Boys' Love*, usado en la actualidad en el mercado editorial japonés, y tras el cual se engloban tanto las publicaciones amateur de carácter paródico como los trabajos originales

profesionales donde se presentan relaciones homosexuales entre dos hombres.

La figura del *bishōnen* pone de manifiesto una arraigada tradición cultural en todo el mundo oriental, presente en diferentes manifestaciones artísticas y literarias de distintos países asiáticos - China, India, Japón - desde la antigüedad, pero conservando asombrosas similitudes en su comprensión social y descripción física. En la actualidad, el concepto de *bishōnen* sigue conservando plena vigencia como parte de la cultura pop japonesa, el cine, la televisión y la música, ligado a las figuras de jóvenes "ídolos" adolescentes. Asimismo, aunque los roles de los personajes masculinos presentes en las historias para chicas *shōjo* y en las novelas homoeróticas *yaoi* y *shōnen-ai* se han diversificado respecto al estereotipo *bishōnen* empleado en las publicaciones de los primeros años, el cliché del hombre hermoso y andrógino sigue presente en muchos manga contemporáneos.

El término japonés *bishōnen* significa "chico guapo" o "chico hermoso". *Shōnen* sirve para designar a jóvenes y adolescentes masculinos. El matiz singular del término *bishōnen* viene dado por el prefijo "*bi*", que alude a la belleza femenina, al igual que sucedía con la voz *bijin-ga* (pinturas de primavera), referida a las composiciones pictóricas Ukiyoe del período Edo, donde se representaban mujeres hermo-



sas<sup>81</sup>. Como se apuntó con anterioridad, este arquetipo sexual constituye un remanente en muchas de las culturas asiáticas, perpetuado a través de la figura del joven efebo, cuya gran belleza y dulzura supera las connotaciones sexuales intrínsecas al género: una belleza andrógina a medio camino entre el hombre y la mujer (fig.66). En Japón siempre ha tenido una importante presencia social, desde los afebinados actores que desempeñaban roles de mujer en el teatro kabuki, hasta la cultura pop actual, a través de los cantantes de pop-rock y actores famosos del cine y la televisión niponas, próximos a la estética andrógina de las bandas de Glam-Rock de los años setenta, universalizadas

en las figuras de cantantes como David Bowie o Marc Bolan.

El carácter ligeramente furtivo de este tipo de publicaciones motivó que se generalizasen en los primeros años diferentes denominaciones para referirse a ellas entre los aficionados a las historias yaoi. En ocasiones, llegó a emplearse el acrónimo numérico 801 como sinónimo de *yaoi*, por la singular combinación de sonidos de sus ideogramas *kanji*<sup>82</sup>. Del mismo modo, desde finales de la década de 1970 y hasta mediados de los años ochenta se refería convencionalmente a las historias *yaoi* con la voz "june", en alusión a la célebre publicación en forma de semanario del mismo nombre (June, 1978;

66\_ Wataru Yoshimizu, "Marmalade Boy" (1992).

<sup>81</sup> El término *bijin* se compone de dos caracteres ideográficos *kanji*: *bi* - que denota belleza o hermosura y *jin* que indica persona. Si bien, en un sentido estricto, serviría para referirse tanto a hombres como mujeres hermosas, el término *bijin* terminó por asociarse a la belleza de las segundas, como sinónimo de "mujeres guapas", y con ese significado se empleó para referirse a las composiciones pictóricas de mujeres hermosas del período Edo.

<sup>82</sup> La pronunciación apocopada del número ocho en japonés es "ya", el cero se lee "o" en alusión al alfabeto latino, y el ideograma *kanji* del número uno se pronuncia "i". Así pues, 801 puede leerse todo junto y de un tirón como *ya-o-i*.<sup>83</sup> "June" se corresponde con la transcripción fonética en japonés del nombre de pila del autor: "Jean".



67 fig.67), y que a su vez adoptaba este título en honor al novelista francés Jean Genet (1910-1986)<sup>83</sup>. En sus novelas, Genet describió con brutal realismo los numerosos delitos cometidos en su juventud, y las relaciones homosexuales mantenidas durante los años que ejerció la prostitución. El origen francés del autor, la naturaleza autobiográfica de sus novelas, poemas y obras teatrales, su homosexualidad y su imagen mitificada de rebelde al margen de las convenciones sociales lo acercaban al rol protagonista de muchos de aquellos pioneros relatos *yaoi*. Próxima en numerosos aspectos a la vertiente *underground* de los primeros fanzine y publicaciones amateur de las convenciones Comiket,

Frederik L. Schodt calificó a June como una “revista por y para los lectores”<sup>84</sup>, en la que los gustos y las preocupaciones del público impregnaban las páginas del semanario. La revista June se caracterizaba por sus relatos de romances homosexuales entre hombre hermosos (*bishônen*), cuyos protagonistas a menudo respondían al estereotipo del galán maduro, culto y adinerado y al joven apuesto e inexperto que deseaba ser instruido. Esta pareja característica, compuesta por un varón de mediana edad y un joven adolescente, es uno de los rasgos distintivos en las obras de la novelista Mori Mari, iniciadora del fenómeno yaoi con sus relatos sobre amantes homosexuales y cuya obra *Koi-bitotachi no mori* (“El bosque de los amantes”, 1961)<sup>85</sup> es considerada una de las primeras publicaciones genuinamente BL de Japón. Las novelas de Mori Mari, así como los relatos de finales de los años setenta escritos por Kaoru Kurimono - enormemente influenciada por la primera - son considerados los precursores directos de los primeros manga de temática *yaoi*<sup>86</sup>.

En las historias *yaoi* más tradicionales, los dos miembros de una pareja protagonista suelen regirse por los cánones dicotómicos de dominación y pasividad, y cada uno de ellos recibe una denominación específica atendiendo al rol que desempeña en la relación afectiva y sexual: *seme*, si refleja una personalidad arquetípica dominante, y *uke*, si responde a un estereotipo pasi-

<sup>84</sup> SCHODT, Frederik L. *Dreamland Japan: Writings on Modern Manga pages*. p. 120.

<sup>85</sup> En *El bosque de los amantes* ya introduce una pareja de protagonista de acuerdo a este patrón: un varón de mediana edad llamado Guido, y un joven de diecisiete años llamado Paolo.

<sup>86</sup> Kotani Mari, en el prólogo a Saitô Tamaki; “Otaku Sexuality”; en *Robot Ghosts and Wired Dreams*. Christopher Bolton, Istvan Csicsery-Ronay Jr., y Takayuki Tatsumi (Ed.) p.223.

vo. Los términos *seme* y *uke* son deudores de la tradición marcial japonesa, y proceden de la terminología deportiva. Así pues, el término *seme*, que arranca del japonés *semeru* (atacar), designa al personaje que desempeña el papel activo y dominante en la relación, frente al *uke* (del verbo nipón *ukeru*), que significa recibir, que denota pasividad y que está a menudo caracterizado con atributos dóciles y femeninos, aun tratándose de un hombre. Los protagonistas de las historias *yaoi* suelen ser *bishōnen* (chicos guapos), próximos a la acepción clásica del término, idealizados y varoniles, pero con ciertos rasgos dulces y afeminados que dotan al rostro de una masculinidad apacible y serena. El *seme* desempeña una actitud protectora y fraternal, de acuerdo con los cánones masculinos, mientras que el *uke*, fiel al estereotipo más femenino, posee una belleza aniñada y andrógina. Cuando un personaje desempeña un rol cambiante en la pareja, y puede actuar indistintamente como activo o pasivo según la actitud de su compañero, adopta la denominación *suke* (resultado de la contracción de ambos términos). No obstante, esta concepción clásica de la pareja *yaoi* raramente tipifica a los protagonistas como gays, e impide definir con precisión y realismo la realidad de los colectivos homosexuales en la sociedad contemporánea, tanto por la presencia continua de elementos heteronormativos en las narraciones, como por la férrea discriminación de las actitudes

dominante y pasiva de los protagonistas. “Estrictamente, los personajes no son retratados como gays. (...) Es un amor romántico sin tener conciencia de homosexualidad. Podría ser simplemente amistad, o podría ser sexual”<sup>87</sup>.

La gran diversificación de las historias *yaoi* como resultado de su enorme éxito comercial en los años noventa, posibilitó el desarrollo de un gran número de publicaciones de variados enfoques, desde las historias clásicas y tradicionales con los estereotipos protagonistas *seme* y *uke*, a otras narraciones más elaboradas, realistas y que se acercan a la realidad de la homosexualidad en Japón desde una perspectiva objetiva y profunda. En numerosos casos, la cercanía formal y argumental respecto a las historias *shōjo* clásicas de las décadas de 1970 y 1980 actuó como estímulo y catalizador para una nueva generación de jóvenes lectoras, que habían pasado su niñez ojeando las historias *shōjo* para chicas de las autoras de la “Generación del 24”. Ahora, ya adultas, hallan en estas historias *yaoi* una continuación a los dramas literarios de su adolescencia, junto con un enfoque sexual atractivo y diferente. Estas historias *yaoi* presentan relaciones amorosas más elaboradas, alejadas de los amaneramientos y clichés de las narraciones *hentai*, pero sin renunciar, en muchos casos, a introducir una superior carga sexual (vejaciones, insultos, sadomasoquismo o tortura).

<sup>87</sup> KELTS, Roland. Op. cit. p.164.



68 Una de las obras del subgénero *yaoi* más conocidas fuera de Japón es *Zetsuai 1989*, de la autora Minami Ozaki (fig.68). Más allá del planteamiento narrativo de esta obra, que reúne muchos de los clichés y estereotipos argumentales propios de las historias *yaoi*, su importancia en el mercado europeo y americano estriba en que fue una de las primeras publicaciones de este subgénero distribuida oficialmente en diferentes países de ambos mercados, marcada tanto por la buena acogida del público femenino adolescente como por las duras críticas manifestadas por los sectores editoriales más conservadores. La trama plantea una relación de amor trágica e imposible entre Takuto Izumi, un joven futbolista, y Nanjou Kouji, un célebre cantante locamente enamorado del primero.

La categorización por sexos y edades típica de otros géneros manga no resulta tan sencilla en el caso del *yaoi*. Tanto en los mercados occidental como nipón, la relación de lectoras es mayoritariamente femenina. No obstante, también hombres gays, bisexuales y heterosexuales están entre sus lectores, aunque en una proporción muy inferior. Es preciso recordar, en todo momento, que se trata de un producto exclusivo diseñado originalmente para mujeres y dibujado en su mayoría por mangakas femeninas. En el mercado occidental, aun a pesar de la abrumadora mayoría de lectoras, existe un pequeño porcentaje de lectores masculinos heterosexuales que disfrutaban con este tipo de cómic manga, en claro contraste con el mercado interno japonés. Este último no sólo es mucho más hermético e impermeable a este tipo de

lectura, sino que el papel de los homosexuales en la sociedad contemporánea nipona todavía se considera un tema tabú, frente al incipiente aperturismo y creciente tolerancia de los jóvenes de países occidentales. Además, los límites entre diferentes géneros románticos, como el *yaoi* y las historias *shôjo* y *jôsei* donde aparecen representadas relaciones heterosexuales, tienden a desaparecer en el mercado occidental; una ósmosis de público que disfruta tanto con narraciones de relaciones homosexuales como heterosexuales. Frente a esto, las historias de corte paródico inspiradas en series *shônen* y *shôjo* de gran éxito comercial, vinculadas a las publicaciones fanzine de un mercado sumergido amateur, son del agrado del público independientemente de su sexo u orientación.

Tal vez las relaciones homoeróticas de los personajes del manga *yaoi* constituyan un nuevo recurso que se suma a los ya existentes en las narraciones *shôjo* tradicionales, para escenificar la demora en el paso a la edad adulta de las lectoras japonesas. Algunos investigadores coinciden en afirmar que la causa tras el éxito de las historias de romances homoeróticos entre dos chicos estriba en los rígidos roles sexuales imperantes en la sociedad japonesa. Para estos, las lectoras de *yaoi* encuentran en este tipo de publicaciones una manera de expresar su rechazo y descontento con el rol dominante que desempeña el varón en las relaciones senti-

mentales tradicionalmente asumidas. De este modo, a través de los personajes asexuados del manga *yaoi* reivindican un nuevo romance donde ambos amantes se muestran en igualdad de condiciones, sin sumisión de ninguna de las partes. En un sentido extremo, a través de las historias *yaoi* se recrean en el sufrimiento del género masculino a través de los personajes protagonistas, sabedoras de antemano de que se trata de un amor condenado al fracaso. "Dadas las evidentes restricciones en el comportamiento y el desarrollo que las mujeres experimentan en la sociedad contemporánea, las jóvenes aficionadas encuentran más sencillo imaginar y representar personajes idealizados, fuertes y libres, si son varones"<sup>88</sup>.

Por otra parte, la ambigüedad sexual de algunos personajes, deliberadamente andróginos y de aspecto aniñado posibilita, al mismo tiempo, que las lectoras se puedan poner en lugar de los protagonistas, no sólo por la conexión sentimental, sino por el desprecio hacia los estereotipos de mujeres exuberantes y de grandes pechos esgrimidos a menudo desde el manga *shônen*, asociados a la mujer occidental, y que las chicas japonesas raramente identifican como propios. Situándose en el lugar del personaje de aspecto más femenino, pueden soñar con un romance idealizado con el sexo opuesto, sin entrar en competencia con otras chicas, o incluso fantasear con una relación homoerótica, inhibiendo

cualquier sentimiento de culpa. Del mismo modo, el éxito del *yaoi* también puede asociarse a la traumática adolescencia japonesa, tanto por el asfixiante sistema de enseñanza, tremendamente competitivo y que privilegia el éxito a cualquier precio, como por la enorme dificultad para entablar un relación romántica real en la pubertad, debido a las rígidas normas sociales. Así pues, la imagen alienada y decepcionante de los hombres percibida por las jóvenes japonesas se enfrenta al personaje asexual, el joven *bishōnen* de idealizada perfección.

De un modo u otro, el hecho de que el *yaoi* se conciba como un producto creado y destinado por y para mujeres, ha devenido en una extraña fórmula de mercado propia de la singular idiosincrasia nipona y a la par impropia del mercado editorial occidental que, sin embargo, se está exportando con éxito a numerosos países europeos y americanos. En España son cada vez más las chicas jóvenes y adolescentes que deciden comprar *shōnen-ai* o *yaoi* en su tienda especializada habitual, en detrimento del público masculino, cuyo consumo es minoritario y marginal.

### **"La tribu del lirio"**

El vocablo *yuri* denomina a un subgénero de manga que se caracteriza por presentar una relación amorosa entre dos mujeres, ya sea desde una órbita exclusivamente sentimental y emocional, o incluyendo pasa-

jes sexuales y aspectos físicos del idilio (fig.69). Asimismo, sirve para definir ampliamente al conjunto de publicaciones de temática lésbica, destinadas tanto a un público masculino como femenino.

Al igual que sucedía con las historias *yaoi*, este tipo de narraciones no están dirigidas exclusivamente a un público homosexual. Gran parte de las consumidoras habituales son mujeres jóvenes y heterosexuales, que hallan en este tipo de historias una continuidad con las publicaciones *shōjo* que leían durante su infancia y adolescencia. En gran medida, se puede afirmar que el subgénero *yuri* es deudor de la tradición del *shōjo-manga* de la década de 1970, tanto por las similitudes argumentales y el enfoque dramático de la historia, como por el diseño de escenarios y personajes, y la ambivalencia sexual de los últimos, característico de las mujeres protagonistas en las publicaciones de las autoras del "Grupo de las 24".

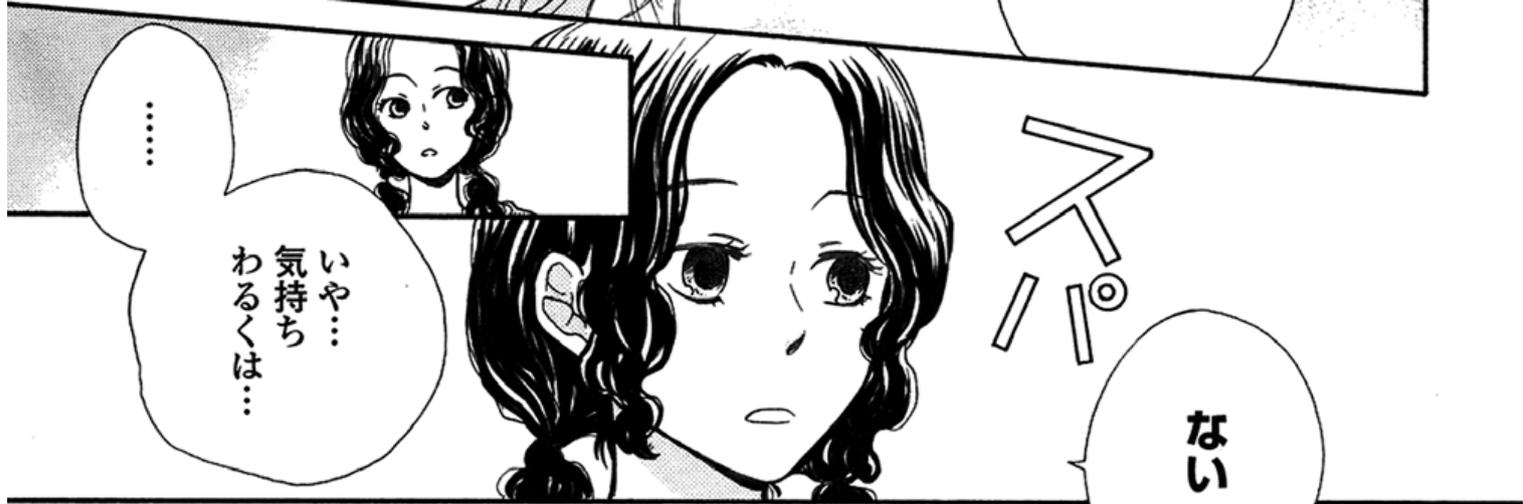
Los orígenes del uso de la palabra *yuri* para designar a este tipo de composiciones literarias son confusos. Para la gran mayoría de autores, la moderna etimología del término *yuri* deriva de la categorización entre gays y lesbianas establecida por el editor de la publicación de temática homosexual Barazoku, Ito Bongaku, que se refirió al colectivo de lesbianas japonesas como "la tribu del lirio" (*yuri-zoku*<sup>89</sup>), frente a la "tribu de la rosa" (*bara-zoku*),

<sup>88</sup> KINSELLA, Sharon. "Amateur Manga Subculture and the Otaku Panic". *Journal of Japanese Studies*.

<sup>89</sup> El término *yuri* (百合) significa, literalmente, lirio. La voz japonesa *zoku* (族), empleada como sufijo, denota "tribu".

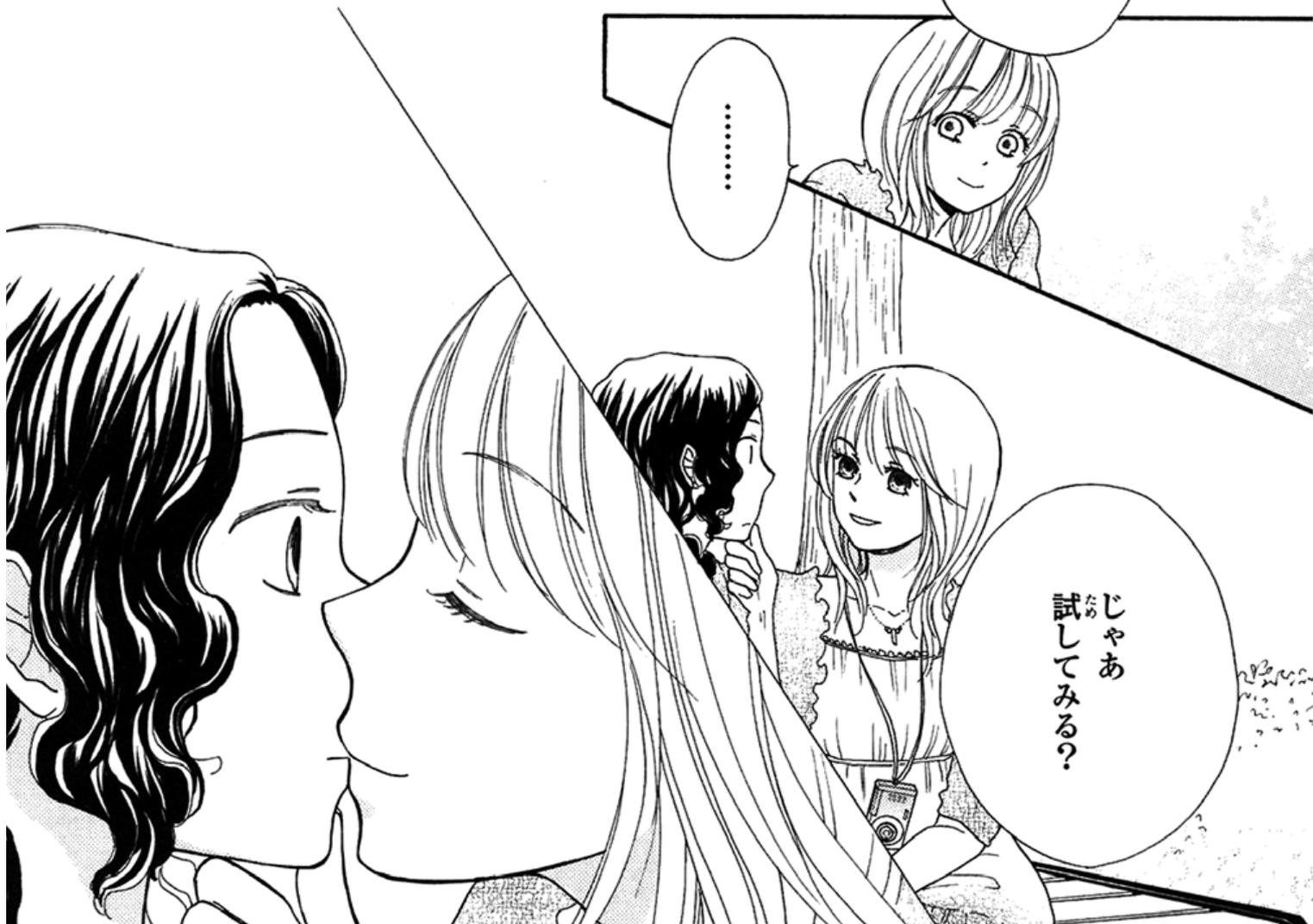


気持ちわるい？



……  
いや……  
気持ち  
わるくは……

ない



……

じゃあ  
試してみる？

que hasta entonces servía para definir a los varones homosexuales nipones, y que daba nombre a la revista. Esta expresión - *yuri* - cristalizó rápidamente entre los consumidores habituales de la publicación y lectores especializados, y terminó por generalizarse su uso como sinónimo de lesbiana. El nombre de pila Yuri, habitual en el idioma japonés, acabó por convertirse en un elemento recurrente en las publicaciones de temática lésbica, adoptado por muchas de las autoras como nombre para sus protagonistas femeninas, alejándose con el tiempo del matiz sexual original. No obstante, a pesar del enfoque primario de la locución *yurizoku*, en la actualidad este tipo de historias están dirigidas a un espectro de público más amplio, que comprende hombres y mujeres de diferente orientación sexual, de un modo similar a lo que sucede con las narraciones *yaoi*. Frente a esto, y a pesar de su proximidad inicial, el término *bara* (rosa) continuó empleándose como sinónimo de gay, y hoy en día, junto a la voz anglófona *gei-comi* (gay comic), sirve para referirse al conjunto de

70

publicaciones creadas por autores gays y dirigidas a un público homosexual masculino.

El término *yuri* sufrió en Japón y occidente una evolución y distanciamiento semántico similar al experimentado por el vocablo *yaoi*. Así pues, del mismo modo que este último se emplea en los mercados americano y europeo para definir las historias homosexuales entre varones, el término *yuri* goza de una significación similar referida a las relaciones amorosas entre mujeres. En Japón se ha acuñado la locución *Girls Love* (GL), en paralelo al masculino *Boys Love*, para aludir a este tipo de historias que en occidente se denominan *yuri*, aun cuando ambos términos están aceptados entre los editores nipones. Además, del mismo modo que en el mercado internacional se adoptó la separación entre *yaoi* y *shōnen-ai* para distinguir entre diferentes composiciones atendiendo a su carga sexual, se emplea igualmente esta distinción en lo relativo a las publicaciones de temática lésbica, donde *shōjo-ai* (fig.70) sirve para definir aquellas historias centradas en los sentimientos y el amor platónico entre las protagonistas - sin relación carnal y donde se prescinde de la carga erótica de las publicaciones marcadamente pornográficas o *hentai* - y *yuri*, que de un modo más específico se orienta hacia las historias que recogen episodios abiertamente sexuales (fig.71). No obstante, en Japón, el término *shōjo-ai* se aleja por completo del significado que se



le ha querido dar desde occidente, y sirve para designar una atracción pedófila hacia niñas y chicas jóvenes, próximo al concepto de *lolicon* y otras parafilias adyacentes.

Al igual que sucede en las narraciones homoeróticas *yaoi* más clásicas, muchas de las protagonistas femeninas de las historias *yuri* responden a dos estereotipos de personalidad, dominante y pasivo, retratados con frecuencia en los roles masculinos - *seme* y *uke* - de las primeras publicaciones. De este modo, el término *tachi* sirve para designar al personaje que desempeña el rol dominante y toma la iniciativa en la relación. En un contexto más marginal, *tachi* sirve igualmente para denominar a aquellas mujeres de apariencia masculina y andrógina que tienden a desempeñar roles tradicionalmente atribuidos a los varones. El origen de la expresión procede del vocablo "*tachi-yaku*", utilizado en el argot del teatro *kabuki* para designar a los héroes y personajes de gran fortaleza y arrojo, y este, a su vez, del verbo japonés *tatsu*, que significa, literalmente, ponerse en pie. Frente a esto, las protagonistas que desempeñan un rol pasivo y sumiso en la relación, y adoptan una personalidad más femenina se conocen con el apelativo de *neko*, que significa gato.

*Shiroi heya no futari* ("La pareja de la habitación blanca"; fig.72), de Ryoko Yamagishi, miembro del "Grupo de las 24", se editó



originalmente en 1971 en la revista femenina *Ribon*, y es considerada la primera publicación genuinamente *yuri*. Yamagishi narra la relación amorosa que surge entre dos jóvenes estudiantes en un colegio femenino francés. Al igual que sucede con muchas de las primeras obras de este subgénero romántico, "La pareja de la habitación blanca" recoge numerosos estereotipos formales y argumentales característicos de las historias del género *shôjo* de aquella época, incluyendo la ambientación europea idealizada, los arquetipos físicos femeninos<sup>90</sup> y el desarrollo dramático. A ello se suma la inclusión en la trama de personajes más maduros y sofisticados, junto al profundo sentido de tragedia, a menudo materializada en la imposibilidad social y el rechazo familiar de la relación amorosa, escenificada, en último extremo, con la muerte de una de las protagonistas.



72

71



<sup>90</sup> Tal como se señaló con anterioridad, a menudo se abusaba de un diseño de personajes estereotipado, donde la chica morena mostraba un carácter dominante y obsesivo, y la joven rubia hacía gala una personalidad dulce y frágil. Esta caracterización ayudaba, no obstante, a identificar de un golpe de vista a los personajes de la obra y a descifrar fácilmente el rol que debían desempeñar en la misma. En "La pareja de la habitación blanca" Yamagishi recurre a ambos arquetipos femeninos para su pareja protagonista.

La entrega a un amor imposible y asexual ejemplifica el intento de perpetuación de la infancia ya planteado en el *shôjo manga* de mediados del siglo XX, como manifestación de ese impás temporal en el que se hallan los personajes protagonistas y las lectoras. Un estadio intermedio en el que la mujer deja de ser niña, pero todavía no se abre por completo al amor heterosexual de la edad adulta. Este ejercicio de travestismo y ocultación del género ya se había visto con anterioridad en la ambivalente princesa-caballero de la obra de Tezuka (*Ribon no kishi*), o en el personaje de Lady Oscar de *La Rosa de Versalles*.

A principios de los años noventa, la aparición de las primeras publicaciones destinadas exclusivamente a lesbianas motivó un desarrollo y evolución paralelos de los personajes protagonistas y las historias, abandonando la imposibilidad de lograr un final feliz, y alejándose paulatinamente del antaño omnipresente sentimiento de tragedia. Frente a la sociedad que estigmatizaba ese amor, las nuevas historias de *yuri-manga* concebían una salida redentora en el que las protagonistas acabasen juntas. A este cambio de mentalidad contribuyeron la progresiva generalización de trabajos amateur de temática *yuri*, alejados de la tradición formal y convencionalismos de las historias *shôjo* de las creadoras del "Grupo de las 24", y la aparición de nuevos manga superventas de género *shônen* o *shôjo*, como *Sailor Moon*, de

Naoko Takeuchi (fig.73). La línea argumental de esta obra *shôjo* del subgénero "magical girl" y la singular relación de amistad existente entre las protagonistas - colegialas *bishôjo* - no distaba mucho del romance platónico presente en algunas obras *yuri*, e influyó enormemente en los *dôjinshi* y parodias eróticas dibujadas en esa época.

### los *dôjinshi*

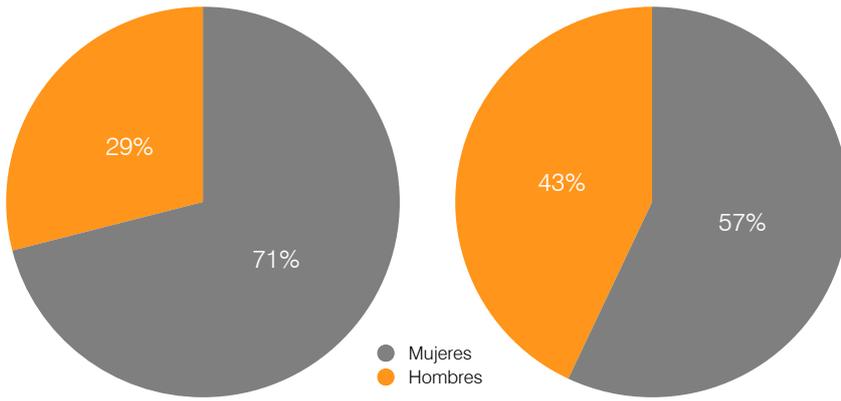
En el presente estudio se ha introducido el *dôjinshi* como un género independiente, no tanto por su especificidad formal o temática, sino atendiendo a su distinta naturaleza editorial. El término *dôjinshi* define a los fanzines japoneses. En un marco más amplio, esta definición aglutina al conjunto de publicaciones auto-editadas en lengua japonesa, desarrolladas por una o varias personas, y donde la finalidad principal no es comercial, sino la de difundir y dar a conocer su propio trabajo. Etimológicamente, el vocablo está compuesto por tres ideogramas *kanji* (同人誌); Los dos primeros ideogramas (*dôjin*) podrían traducirse como "colectivo de personas con unos intereses u objetivos comunes"<sup>91</sup>. El último ideograma (*shi*) es el mismo que el empleado en el término *zasshi* (revista), y denota "publicación" o "edición impresa". Así pues, la voz *dôjinshi* resulta de la contracción de ambos términos, y podría traducirse como "publicaciones realizadas por un colectivo con intereses comunes"<sup>92</sup>.

73



<sup>91</sup> Los dos primeros *kanji* de la voz *dôjinshi* se traducen literalmente como "camarilla", si bien el término japonés carece del matiz subrepticio que posee dicho concepto en español. El ideograma "dô" (同) es el mismo que se emplea en la palabra "onaji" (同い) y significa igual o idéntico; mientras que el segundo ideograma denota "persona".

<sup>92</sup> En el diccionario de lengua japonesa se define *dôjinshi* como "revistas publicadas como resultado de un esfuerzo cooperativo, por un grupo de individuos que comparten una ideología o metas comunes y con el objetivo de establecer un medio por el cual sus obras se puedan presentar públicamente." [http://www.comiket.co.jp/index\_e.html]



La importancia del *dôjinshi* en Japón estuvo ligada desde los primeros años de su crecimiento y desarrollo a las convenciones de dibujantes y creadores amateur, con el objetivo de vender y difundir sus trabajos, y en torno a las cuales se multiplicó rápidamente el número de aficionados. La meteórica ascensión del *dôjinshi* y su enorme éxito entre el público japonés a comienzos de los años setenta propició que poco tiempo después, en diciembre de 1975, se celebrase el primer Comiket <sup>93</sup>, la primera feria de dibujantes amateur dedicados al género *dôjinshi*. Para muchos analistas, las verdaderas raíces del Comiket estriban en la crisis financiera de 1973. Las restricciones y recortes económicos en la mayoría de las grandes editoriales japonesas motivaron que las nuevas generaciones de *mangakas* buscasen otras salidas profesionales ante la imposibilidad de ingresar en el circuito comercial.

En aquella primera convención participaron 32 colectivos editoriales amateur, la mayoría de ellos formados por mujeres, y

asistieron cerca de setecientos visitantes. Curiosamente, la tendencia de participación por sexos no se ha invertido desde la celebración de la primera edición y continúa igual en la actualidad. En contra de la opinión habitual, donde el *dôjinshi* se asocia de manera irremediable a un mercado mayoritariamente masculino, desde su creación a mediados de la década de 1970 y hasta la actualidad, la mayoría de los autores participantes en el Comiket han sido mujeres, con una cuota superior al 70%, y próxima al sesenta por ciento en lo que a visitantes femeninas se refiere<sup>94</sup> (fig.74-75).

El Comiket, cuya denominación resulta de la contracción de “Comic Market”, es la mayor convención de fanzine del mundo, y tiene lugar dos veces al año, en los meses de Agosto y Diciembre, en Tokyo. Hasta el año 1984 la feria tuvo carácter anual, pero a partir de esa fecha se adoptó la periodicidad actual haciéndola coincidir con los meses centrales de verano e invierno. Desde el año 2000 y hasta la actualidad, se celebra en el Tokyo

74 - 75\_Distribución por sexos entre los círculos participantes y público asistente respectivamente.



<sup>93</sup> En 1975 un grupo de críticos y defensores del manga, constituido por Jun Aniwa, Yoshihiro Yonezawa y Teruo Harada fundaron una institución con el objetivo de defender y promover la publicación de manga amateur. Esta institución recibió el nombre de Comic Market (Comiket).  
<sup>94</sup> Comiket Inc. [en línea]. *Welcome to the Official Comic market Site!*



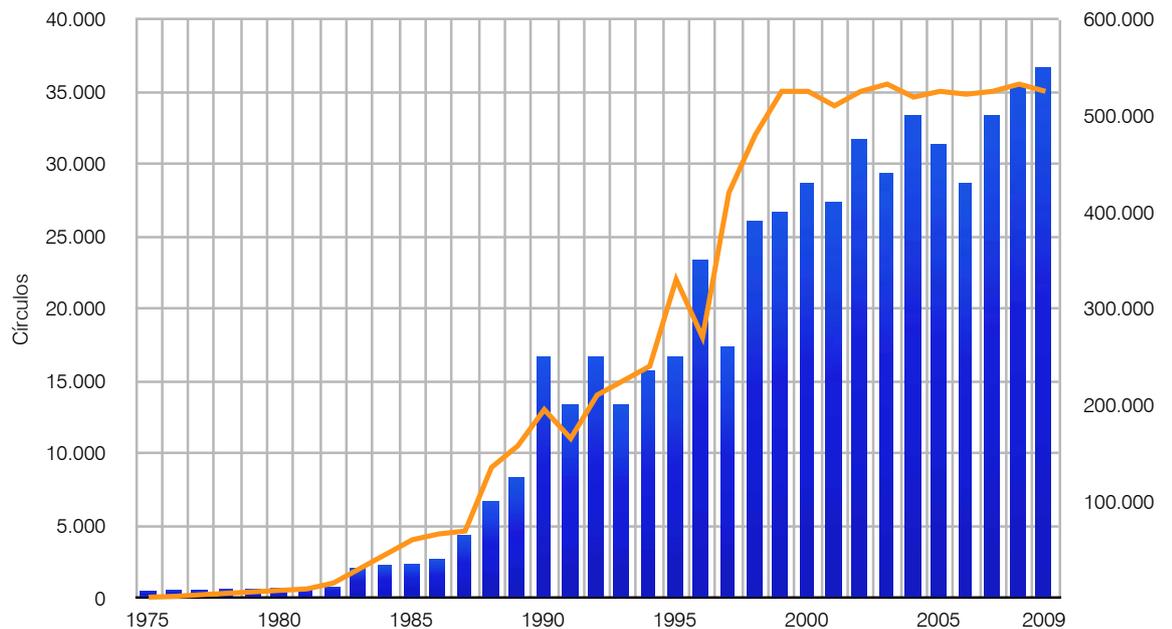
el gran número de autores participantes, está a disposición de los asistentes una guía impresa, cuyas páginas están divididas mediante una retícula cuadrada, y donde los dibujantes pueden insertar una pequeña ilustración que los identifique (fig.77).

En la actualidad, el *Comiket* tiene una enorme importancia comercial y social en Japón, reflejada en las cifras megalómanas que acompañan a cada celebración de este evento (fig.78). Cada verano e invierno, durante un período de tres días, se congregan más de medio millón de visitantes en torno a las publicaciones *dôjinshi* de 35.000 autores o aspirantes a profesional, a lo largo de una superficie de exposición de ochenta mil metros cuadrados (fig.79). A la par que los autores independientes, y en un ala diferente del palacio de congresos, se habilitan los stands de más de 130 editoriales del circuito comercial oficial, que ofertan sus nuevos productos. Tal como reza la página web del *Comiket*: "Excluyendo exposiciones del sector privado, como el Salón del Automóvil de Tokyo, el

76 *International Exhibition Center*, conocido popularmente como el *Tokyo Big Sight*, el palacio de congresos más grande la capital y uno de los iconos turísticos de la misma, sito en Ariake, en la Bahía de Tokyo (fig.76). En esta multitudinaria convención se agolpan los diferentes grupos de producción editorial, autodenominados "*circle*" (círculo), y que pueden constar de varios miembros o de un único autor responsable de todo el proceso de publicación, en torno a una pequeña mesa donde ofertan sus productos al público. Dado

78\_Evolución en las cifras de los círculos participantes y público asistente (1975 - 2009)

■ Asistentes al Comiket  
 — Círculos de *dôjinshi* participantes





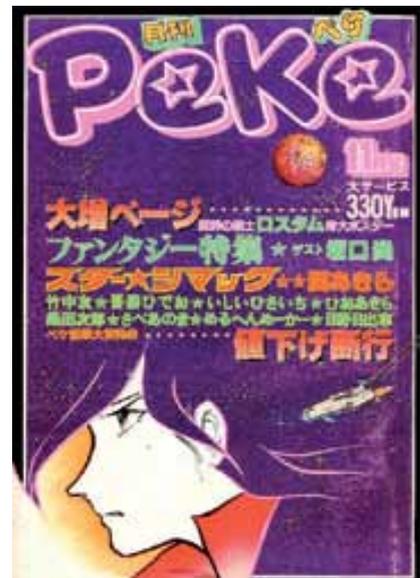
Comic Market es el mayor evento público de interior organizado por un único grupo privado no gubernamental<sup>95</sup>.

El enorme prestigio alcanzado en las sucesivas ediciones del Comic Market coadyuvó a que en las últimas décadas se multiplicasen el número de eventos de similar naturaleza celebrados en las principales ciudades del territorio japonés. Aunque ninguna de estas convenciones alcanza los índices de popularidad y participación del *Comiket*, se celebran eventos similares en su planteamiento con carácter semanal o mensual en Tokyo y Ósaka, así como en las principales capitales de prefectura. La principal diferencia entre las distintas iniciativas para la defensa y promoción del *dôjinshi*

estriba en el carácter voluntario y gratuito de algunos eventos, como el *Comic Market*, frente a otro tipo de propuestas de naturaleza privada que han crecido y proliferado de forma paralela al éxito de las publicaciones amateur de manga y las comunidades de aficionados. En 1986, el especialista en fanzines Tsushin Akabubu puso en marcha diferentes convenciones de manga amateur bajo la marca *Wings*; años después, a comienzos de la década de 1990 el Tokyo Ryuko Center celebró las primeras ferias *Super Comic City*. Frente a otros eventos multitudinarios y de periodicidad anual o semestral como el *Comiket*, estos proyectos privados organizaban pequeñas convenciones a lo largo y ancho de Japón cada pocas semanas. Ante la imposi-

79

80



<sup>95</sup> Ibid.

bilidad de dar cabida a todos los proyectos artísticos y al creciente número de aficionados, muchas de estas ferias se centraban en géneros de *dôjinshi* específicos, o en la obra de determinados autores.

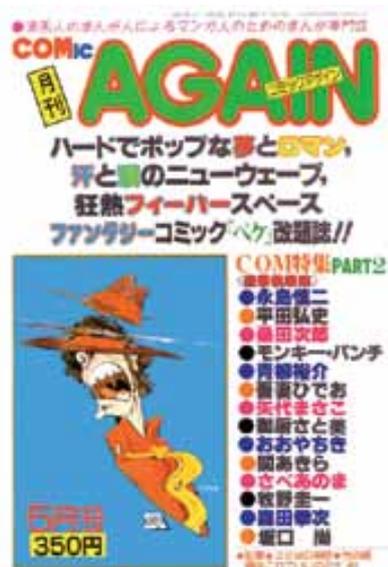
Las fechas y horarios para la celebración de este tipo de eventos de menor envergadura circulaban entre las comunidades de aficionados, o se publicaban en algunas revistas mensuales y semanarios de manga de carácter más *underground*, alejados de los mecanismos comerciales de las publicaciones más populares del circuito oficial, y con obras y planteamientos próximos, tanto formal como conceptualmente, a las publicaciones amateur *dôjinshi*. A mediados de la década de 1970 aparecieron diferentes revistas y semanarios de baja tirada próximos a esta filosofía editorial, como June, Tanbi, Manga Kissatengai, Gekkan Peke, Gekkan Comic Again (fig.80-81), Rendez-Vous Comic o la pionera Manpa (Manga Wave, 1976). Esta última se escindió en 1982 en dos publicaciones independientes: Puff, especializada en *shôjo-manga* y *yaoi*, y Comic Box, cercana a las publicaciones amateur políticamente reivindicativas, con una marcada ideología de izquierdas, acorde con los movimientos políticos y estudiantiles de las décadas anteriores.

Algunas empresas llegaron a publicar obras extraídas directamente de los círculos *dôjinshi*, organizándolas atendiendo a los

géneros y temáticas que abordaban los autores, o a modo de antologías o ediciones recopilatorias, en especial cuando se trataba de títulos que gozaban del respaldo de los aficionados y *mangakas* asistentes a las convenciones. “Estas revistas también incluían anuncios de pequeños editores *dôjinshi*, fanzines y antologías, lugares de encuentro para artistas amateur, y pequeñas librerías especializadas en manga que también vendían algunos *dôjinshi*. La revista Comic Box publicaba críticas de manga, entrevistas con artistas y autores, y cualquier reseña relacionada con este. (...) Además de los pequeños editores, el crecimiento del manga amateur atrajo una gran clientela para un gran número de pequeñas tiendas de impresión, como P-Mate Insatsu y Hikari Insatsu, muchas de los cuales se especializaron exclusivamente en la producción de *dôjinshi*”<sup>96</sup>.

Estos mercados de *dôjinshi* alcanzaron tal éxito en la década de los noventa, que contribuyeron a cambiar la percepción que se tenía desde la sociedad japonesa y otros países extranjeros hacia los aficionados al manga. Su natural inserción en los últimos años como parte de la cultura japonesa ha propiciado, incluso, un cambio semántico en torno al concepto de otaku que, alejándose del significado peyorativo original del término en Japón, a pasado a definir a este colectivo, y se emplea en el mundo entero como sinónimo de aficionado al manga. Además, al

81



<sup>96</sup> KINSELLA, Sharon. Op. cit.

fenómeno del *dôjinshi* se ha sumado la creciente popularidad del *cosplay*, apócope de la voz inglesa “costume play”, que define la tendencia a caracterizarse y actuar por diversión como los protagonistas de diferentes manga, anime, series de televisión, películas, video-juegos o grupos de música. Los *cosplayers* son habituales tanto en los mercados *dôjinshi* japoneses como en las convenciones de cómic celebradas en los países occidentales. Al igual que sucede con las autoras participantes en el *Comiket*, las concentraciones de cosplayers de Japón están capitalizadas mayoritariamente por participantes femeninas.

Desde mediados de los años ochenta el número de trabajos originales disminuyó drásticamente, hasta el punto de que hoy en día la mayor parte de los *fan-zines* que se pueden comprar en este tipo de convenciones son fan-fics y trabajos inspirados en obras célebres de otros autores del circuito oficial. No obstante, y a pesar de la enorme desproporción en cuanto al número de publicaciones originales y parodias de series manga ya existentes, conviene establecer en este punto una categorización entre unas y otras, en especial por la relevancia de las primeras en la renovación futura del manga, aun a pesar de su bajo impacto comercial.

Sin duda, una de las tendencias más acusadas en las últimas décadas en lo referente al mercado *dôjinshi* ha sido la genera-

lización del subgénero *aniparo*. Este vocablo, resultante de la contracción de la voz inglesa “*animation parody*”, designa al subconjunto de publicaciones amateur centradas en recrear, a menudo desde un punto de vista erótico, el universo de los manga y series anime más famosas y populares. Es habitual que el *mangaka* tome como punto de partida a los protagonistas de un manga o anime de moda, bien parodiando situaciones y tramas argumentales ya presentadas en la publicación original en la que se inspira, o desarrollando historias paralelas e independientes en las que participan los personajes principales (fig.82).

Para algunos autores y sociólogos especializados en la cultura otaku, la aparición de este tipo de trabajos paródicos - inspirados en las obras y personajes de otros mangaka - así como su posterior desarrollo, se produjo a finales de la década de 1970, a raíz del estreno de una película de animación, dirigida por Hayao Miyazaki, titulada *El Castillo del Cagliostro*, e inspirada en la franquicia de éxito *Lupin III* del dibujante Monkey Punch. “Todo comenzó con una parodia de un anime de Miyazaki. En 1979 Miyazaki filmó la película *Lupin III: El Castillo del Cagliostro*. La heroína se convirtió inmediatamente en un personaje de culto para los otaku. Muy guapa, con chaleco ceñido y pequeños labios; todo un ídolo para los otaku. Se suele decir que ella fue el primer personaje parodiado por estos”<sup>97</sup>.

<sup>97</sup> HIROKI, Azuma; en: WOZNICKI, Krystian. “Towards a Cartography of Japanese anime. Anno Hideaki’s ‘Evangelion’. Interview with Azuma Hiroki”. *Blimp Film magazine* nº 36/1997.

<sup>98</sup> KINSELLA, Sharon. Op. cit.

Aunque existen publicaciones de este tipo con un enfoque cómico y con el único afán de ridiculizar, la mayoría de las veces tienen carácter erótico y son sexualmente explícitas. Para muchos de estos dibujantes de *dōjinshi*, los protagonistas se muestran sexualmente reprimidos en las publicaciones originales de las que los toman. Así pues, la fórmula habitual consiste en plantear episodios abiertamente pornográficos que posibiliten que los personajes se liberen de las restricciones sexuales impuestas. Como resultado, se pueden dar situaciones de ficción erótica - heterosexual, homosexual, e incluso incestuosa - entre varios protagonistas que en la publicación original mantienen una estrecha relación de amistad o rivalidad.

82



La importancia de este fenómeno se pone de manifiesto al constatar como dos de los subgéneros eróticos más célebres en la actualidad - *lolikon* y *yaoi* - tuvieron sus orígenes en el mercado amateur de fanzines. El *yaoi* experimentó su mayor crecimiento a raíz de las innumerables publicaciones paródicas surgidas en las década de 1980 en torno al manga de temática futbolística *Captain Tsubasa* (*Campeones*, 1982). Del mismo modo, el subgénero *lolikon* emergió como una respuesta de carácter burlesco a las publicaciones *shōjo* para chicas, donde las relaciones amorosas casi siempre se enfocaban desde un punto de vista romántico e idealizado, frente a la visión de

los dibujantes de *dōjinshi*, que lo interpretaban como un universo sexual oculto y reprimido al que debían dar salida. "Más aun, la inclusión de romances homosexuales y relaciones homoeróticas en estos fanzines es mayoritaria. Los fanzines homoeróticos angloamericanos se conocen como K/S, o simplemente con la expresión 'slash' [barra] (/), en alusión a la relación entre los personajes de Kirk y Spock, frecuentemente parodiados en los fanzines inspirados en *Star Trek*. El estilo *yaoi* de los *dōjinshi* es el equivalente japonés al *slash* angloamericano. Otras similitudes entre el *yaoi* y el *slash* son la ausencia de una estructura narrativa sólida y la particular fascinación existente por las aventuras de exploración del espacio: *Star Trek* y *Dr. Who* en los fanzines angloamericanos, y *Spaceship Yamato* y *Captain Tsubasa* en las parodias manga niponas"<sup>98</sup>.

La utilización de creaciones originales de otros autores por parte de los dibujantes de *dōjinshi* para sus pequeñas publicaciones amateur plantea una problemática de difícil solución en torno a la propiedad intelectual. El uso no retribuido de los personajes protagonistas de otras obras generaría problemas de derechos de autor en la gran mayoría de países occidentales, especialmente al incluirlos en obras de contenido pornográfico. No obstante, esta actividad está parcialmente regulada y permitida en Japón, donde no se considera plagio. En cualquier caso, ello no impide que se origine una

situación de ambigüedad legal en torno a este tipo de publicaciones diletantes, que si bien se distribuyen fuera de los circuitos oficiales, conllevan un beneficio económico, aun cuando este no sea el principal objetivo de los *mangakas* y la cuantía percibida sea muy pequeña dado su bajo impacto comercial. “Los *dôjinshi* son la evidencia de una aproximación radicalmente diferente a los límites del copyright respecto a lo que se acostumbra en Estados Unidos. Pero también son reveladores del aprecio japonés por una democracia de la estética. (...) En japonés existe la expresión *anmoku-no-ryôkay*, cuya traducción literal es ‘el permiso de la oscuridad’, que implica una especie de acuerdo tácito. Los editores están al tanto, pero hacen la vista gorda. Los artistas también miran hacia otra parte, o simplemente se enorgullecen por el detalle”<sup>99</sup>.

Uno de los condicionantes legales para permitir el uso de personajes originales de otros autores en este tipo de publicaciones es la baja tirada de los *dôjinshi*, que contribuye a mantenerlos fuera de los circuitos editoriales oficiales y dotarlos de un halo de exclusividad. En la inmensa mayoría de los casos nunca se reedita una obra. Precisamente, la ausencia de grandes tiradas acrecienta el valor y el carácter único de este tipo de publicaciones, y de un modo especial aquellas ediciones realizadas por autores consagrados y los dibujantes más codiciados por los aficionados. Algunos artistas

de renombre, consolidados en el circuito profesional, siguen publicando fanzines bajo seudónimos conocidos por el público<sup>100</sup>. Estas obras son consideradas artículos de coleccionista y pueden alcanzar precios muy elevados en los mercados de segunda mano.

En contra de lo que sucedía en los primeros años, cuando el aniparo se mantenía en unos porcentajes razonables y las publicaciones *dôjinshi* actuaban como plataforma para nuevas temáticas, dibujantes debutantes y manga experimentales, en las últimas convenciones celebradas la gran mayoría del material mostrado pertenecía al subgénero paródico y pornográfico. Por lo general los guiones están poco elaborados y buscan precipitar el acto sexual. El dominio de los aspectos formales - trazo, líneas cinéticas y uso del blanco y negro - y la calidad general del dibujo, que en ocasiones incluso supera a las publicaciones originales, hace que muchos estudiosos se cuestionen si bajo la tendencia actual subyace una preocupante falta de originalidad, y no de técnica. “La presencia del manga amateur, que ha permitido que un gran número de dibujantes mediocres y proporcionalmente menos talentosos hayan tenido acceso a la producción de manga, puede haber contribuido a reducir la calidad general del *dôjinshi* y fomentado la expansión del subgénero paródico. A pesar de esta dependencia del manga amateur respecto a las

<sup>99</sup> KELTS, Roland. Op. cit. p.169.

<sup>100</sup> Como en el caso de Ken Akamatsu, autor del exitoso manga *Love Hina*, que comercializa algunas obras en el Comiket bajo un seudónimo.

<sup>101</sup> KINSELLA, Sharon. Op. cit.

escenas y personajes del manga comercial, es evidente que el manga paródico se ha desarrollado, sin embargo, como un género-maestro cualitativamente distinto por derecho propio, en el que la comprensión del concepto de originalidad desde la perspectiva tradicional y comercial ha llegado a carecer de significado”<sup>101</sup>.

A pesar del abrumador porcentaje de publicaciones paródicas presentes en el *Comiket* y otras convenciones de aficionados, todavía se editan fanzines originales de gran calidad, caracterizados por su enfoque arriesgado y planteamiento *underground*, alejados de los convencionalismos estéticos y narrativos de las obras del circuito comercial.

Aun en su forma actual, y a pesar de la masiva presencia del *aniparo*, el *dôjinshi* representa más que nunca el futuro de la historia gráfica japonesa. Ante la falta de originalidad y calidad de muchos productos de las editoriales oficiales, son cada vez más los lectores que recurren a reediciones de antiguos clásicos o, como contrapunto, apuestan por un manga mucho más vanguardista.

En modo alguno se puede pensar en los dibujantes de fanzine como simples aficionados. Basta con una aproximación inicial a las obras originales del universo *dôjinshi* para apreciar una diferencia entre estas y las publicaciones editoriales de mayor tirada, al margen de la enorme

cantidad de parodias eróticas producidas. Existe una gran distinción entre el manga que llega a los circuitos profesionales – con dibujos del gusto del público y sin grandes estridencias – y el manga “de autor” reivindicado por algunos dibujantes *dôjinshi*. Por su trabajo muchas veces artesanal y por la calidad del producto final, algunas de estas publicaciones están más próximas a creaciones artísticas propias de otros medios. El dibujante de *dôjinshi* es un sibarita que se deleita con el trabajo bien hecho, por y para sí mismo, al margen de la remuneración económica, por lo que no es extraño que muchos terminen por rechazar el sector profesional. “Algunos de estos *mangakas* pueden ser etiquetados como ‘underground’ por su renuncia o falta de interés a ser aceptados por la corriente principal y por mostrar un enfoque personal que no tolera concesiones. No obstante, la frontera entre lo ‘comercial’ y lo ‘underground’ en Japón tiende a difuminarse”<sup>102</sup>.

“Hoy en día los *dôjinshi* ya no son cuadernillos torpemente dibujados, precariamente copiados y torpemente grapados. Por una parte, hallamos en ellos muchas cosas de las que prescindían las grandes revistas comerciales de manga: aquí se experimenta con diferentes clases de papel, a veces de las más caras, con la impresión en offset a cuatro o seis tintas, con distintas gamas de color”<sup>103</sup>. Gracias a la evolución experimentada en el ámbito de la reprografía,

<sup>102</sup> GRAVETT, Paul. Op. cit. p. 132.

<sup>103</sup> BERNDT, Jacqueline. Op. cit. p. 158.

la impresión digital y la facilidad de los particulares para acceder a nuevos sistemas de impresión más veloces, sencillos, baratos y de gran calidad, hoy en día resulta complicado, a la par que injusto, seguir calificando como simples aficionados a los dibujantes de *dôjinshi*, y parece más acertado referirse a este tipo de publicaciones como otro género de manga, distinto y no sujeto a las normas comerciales que marcan las editoriales.

*“La tensa relación existente en los comienzos entre profesionales del manga y dibujantes amateur se flexibilizó. En un intento por dirigir a algunos de estos artistas incipientes hacia la producción comercial, el Comité de Preparación del Comic Market empezó a publicar anualmente una revista destinada a promocionar a artistas amateur de manga. En esta revista, Comiket Origin, publicada cada verano, 15 o 20 artistas aficionados de los dôjinshi más vendidos del año anterior se presentan al público.*

*(...) El manga comercial y el amateur no sólo divergen en sus orígenes estilísticos; las redes sociales de los artistas profesionales y los autores aficionados se han distanciado tanto que en la actualidad se podría afirmar que se trata de dos medios culturales plenamente diferenciados. De la subcultura del manga amateur han surgido nuevos géneros que son claramente identificables en origen como amateur”<sup>104</sup>.*

En este contexto, los *Comiket* y otras convenciones de dibujantes amateur actúan como viveros de experimentación, abiertos a nuevas temáticas y estilos, a la inclusión del cromatismo y al uso de diferentes papeles, juegos de texturas, superficies y efectos a un nivel más experimental, para los que dichos medios no habían sido concebidos originalmente. “Siempre aprovechando los recursos cada vez más avanzados para la copia y la multiplicación de originales, han acompañado con propósitos imitativos o experimentales el auge del manga juvenil y el *gekiga*, el del manga de deportes y el de la ciencia ficción durante los años sesenta, (...) los setenta, y (...) los ochenta”<sup>105</sup>. En los últimos años, a pesar de las cifras sostenidas de expositores y visitantes en la feria *Comiket*, se han diversificado los sistemas de edición de estos fanzine, sirviéndose de nuevas herramientas digitales y de la economía de medios y gran penetración de las publicaciones *online*; a la publicación en soportes digitales, se han unido los sitios web especializados, con servicios de descarga *online* e impresión bajo demanda.

#### TEMÁTICAS

En el presente capítulo, además de la clasificación por temas - el asunto general planteado en el argumento de la obra - y géneros (atendiendo a la categorización por sexos, grupos de edad y distribución editorial) se plantea una catalogación por temáticas.

<sup>104</sup> KINSELLA, Sharon. Op. cit.

En ocasiones, puede establecerse una difusa dicotomía entre géneros y temáticas. Algunos investigadores plantean una tipología común para ambos, sin establecer distinción entre unos y otros. No obstante, en los primeros la permeabilidad es muy limitada, al ser un producto enfocado desde su concepción a un público que por sexo y edad pertenece a un género editorial específico, mientras que en una misma obra pueden coincidir diferentes temáticas, en idéntica o desigual proporción, a lo largo de su desarrollo argumental. Una obra *shōnen* no puede ser englobada simultáneamente en el género *shōjo*, y viceversa.

Algunas temáticas vienen asociadas a géneros precisos, mientras que otras no responden a un nicho exclusivo y pueden darse tanto en el manga para chicos, como para mujeres, o en publicaciones eróticas. Un relato *shōnen* de dos jóvenes amigos podría plantear una historia de temática policíaca, al igual que una publicación para chicas jóvenes del género *shōjo*, o una obra pornográfica *hentai*: cada historia con las peculiaridades específicas de su género, pero participando del imaginario de una temática de fondo reconocible en todas ellas.

La realidad editorial japonesa es un reflejo de esta firme diferenciación entre géneros y temáticas. Así, mientras que los primeros se traducen en publicaciones específicas destinadas a ese género concreto - por enfoque,

tratamiento, sexo y edad del público al que van dirigidas sus historias - un mismo semanario (como la *Shōnen Jump* o la *Shōnen Sunday*) podrían incluir multitud de historias de temáticas muy dispares: humorísticas, románticas, de carácter histórico, policíaco, de temática deportiva o ciencia-ficción.

### *yon-koma-manga*

El *yon-koma-manga* o *koma-manga* se caracteriza por su estructura formal, singular y muy precisa, hasta el punto de que casi lo legitima como un género independiente. Estrictamente define a las tiras cómicas y humorísticas, similares a los *comic-strips* americanos o europeos, que se suelen publicar en periódicos y otros medios de prensa, y que responde a la organización clásica de división de la página en cuatro, ocho o doce viñetas.

Algunos investigadores han empleado esta característica estructural como punto de partida para establecer una clasificación del cómic manga en tres categorías distintas, atendiendo al número de cuadros y a la disposición de los mismos en la página: la caricatura de una sola viñeta, el *koma-manga* y el manga narrativo. No obstante, si bien esta ordenación es conceptualmente válida, resulta inútil en la praxis diaria, al englobar casi todo el manga conocido en esta última categoría y sin reflejar en modo alguno otro tipo de particularidades formales o narrativas. Por todo ello, e independientemente

del número de viñetas o la extensión de una obra, hoy en día se acepta la denominación *koma-manga* (o el término occidentalizado *gag-manga*) como sinónimo de la temática humorística.

Hasta mediados del siglo XX, el *yon-koma-manga* apenas había evolucionado en el apartado gráfico, fiel a la estructura reticulada de la tira de cuatro viñetas, característica de periódicos y publicaciones satíricas. A finales de la década de 1960, Fujio Akatsuka, considerado hoy un pionero del *koma-manga* moderno, inició una renovación formal y argumental de las obras de temática humorística, y obtuvo un gran éxito y popularidad con publicaciones como *Tensai Bakabon* (1967; fig.83) en la Weekly Shōnen Magazine y *Osomatsu-kun*, editada entre 1962 y 1969 en la Shōnen Sunday. A pesar de que sus historias se sucedían en un entorno familiar y costumbrista, se caracterizaban por su humor sardónico y delirante, por plantear situaciones absurdas y descabelladas y por los episodios humorísticos espontáneos y fortuitos, más allá de las acumulaciones de chistes. Los brillantes personajes secundarios, de gran atractivo y dinamismo, obtuvieron un gran éxito entre los lectores, eclipsando en ocasiones a los protagonistas.

En los años setenta se produjo una progresiva inclusión de la sexualidad en las historias *yon-koma-manga*, que contrastaba con el puritanismo nipón. En cierto modo, estas historias posi-

bilitaban una aproximación irónica a los tabúes sexuales, la desnudez pública o las relaciones de pareja, instalados en buena parte de la sociedad japonesa. Dicho acercamiento no se producía desde un punto de vista erótico - sin incorporar escenas sexualmente explícitas para las que ya existían géneros específicos como el *hentai* - sino mostrando comportamientos estafalarios en los que se incluyesen situaciones cómicas en torno al sexo y los genitales. El humor desternillante y absurdo de Gō Nagai en *Harenchi Gakuen* ("Escuela sinvergüenza", 1968), que ridiculizaba el exigente y rígido sistema educativo japonés, o las estafalarias actitudes sexuales presentes en *Gaki Deka* ("Chico policía", 1974; fig.84) de Yamagami Tatsuhiko<sup>106</sup> causaron bastante revuelo social y un creciente alarmismo entre padres y docentes contra las publicacio-



83

84



<sup>106</sup> Tatsuhiko Yamagami debutó con "Himitsu Shirei" en el semanario Kage en 1965. Alcanzó su mayor éxito y prestigio con las publicaciones de *gag-manga* en la década de 1970. "Gaki Deka" es su obra más célebre y conocida, no obstante publicó otras series manga para diferentes semanarios como la *Shōnen Champion*, de la editorial Akita Shoten. Yamagami abandonó la publicación de manga en 1990, año a partir del cual se consagró por completo a la novela.

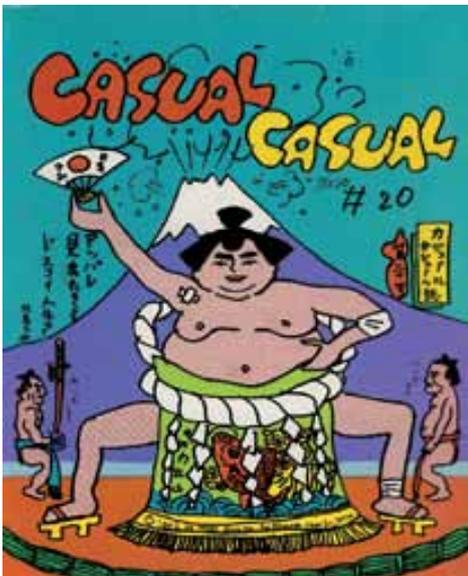


- 86 nes manga. Yamagami, desde la óptica cotidiana de sus historias y a pesar de las constantes alusiones sexuales, profundizó en la psicología de los personajes cómicos, hasta entonces simples y estereotipados, dotándolos de un mayor realismo.
- 85

bueno) que influenció a algunos *mangakas* coetáneos, y que defendía un dibujo caracterizado por una mala técnica pero dotado de sensibilidad, frente a los artistas que dominaban la técnica a la perfección, pero cuyas imágenes carecían de espíritu. Las ilustraciones de Terry ejemplifican perfectamente como un dibujo en apariencia torpe y precario puede parecer realmente excepcional si va acompañado de una buena idea, y “lo que antes resultaba un mal arte, en una revisión más cercana, también es bueno”<sup>108</sup>, pasando a considerarse imágenes originales o alternativas (fig.85).

Fiel a este imaginario naif, uno de los representantes más célebres del *yon-koma-manga* en la actualidad es *Crayon Shin-chan*, de Yoshihito Usui (fig.86), que ha alcanzado un gran éxito internacional gracias a su adaptación a anime para cine y televisión. Los *yon-koma-manga* exploran diferentes facetas narrativas llevando las historias, siempre desde el terreno humorístico, hacia el sexo, la vida cotidiana, la fantasía o lo absurdo, llegando a crear incluso nichos específicos como el *unku-manga* (“manga de la caca”), nacido tras la aparición en 1970 de *Toiretto Haka-se* (“Profesor Retrete”; fig.87) de Kazuyoshi Torii, discípulo del pionero Akatsuka.

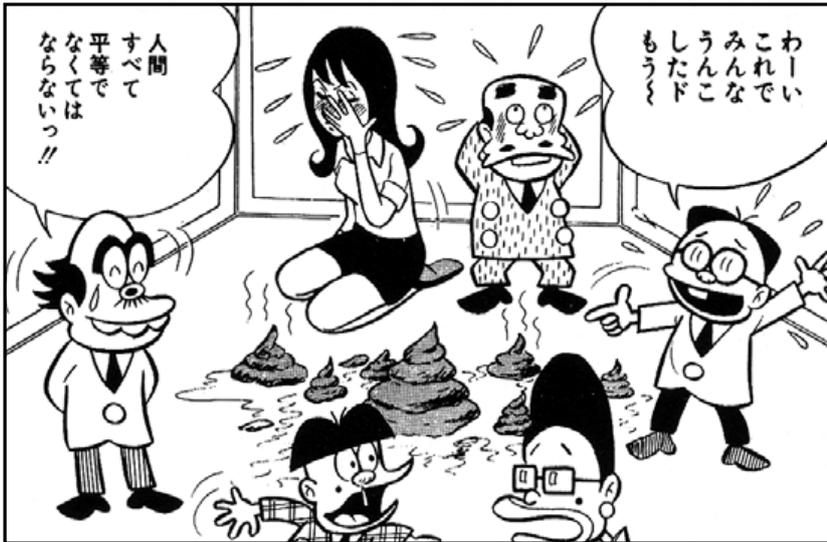
Resulta difícil tipificar con precisión qué obras conciernen claramente a la temática *koma-manga* porque muchas de ellas, independientemente del géne-



En ocasiones, algunas historias de manga humorístico, próximas formalmente a las tiras periodísticas de *koma-manga* de principios del siglo XX, se caracterizan además por el aspecto infantil y poco elaborado en el apartado gráfico. Este recurso, empleado deliberadamente, contribuye a destacar lo grotesco de las imágenes y a potenciar la primacía del texto sobre otros recursos expresivos. El artista japonés Teruhiko Yumura, conocido con el seudónimo King Terry<sup>107</sup>, capitaneó un movimiento artístico conocido como *heta-uma* (mal-

<sup>107</sup> En 1986 el editor Shinbundô Shikôsha publicó la obra *Heta Uma Ryakuga Zuan Jiten* (Diccionario de dibujo y bocetado malo-bueno) de King Terry; un manual donde Terry enseña a nuevos aspirantes a artista, a lo largo de 285 páginas de ilustraciones y bocetos, a dibujar con el estilo “malo-bueno”.

<sup>108</sup> SCHODT, Frederik L. Op. cit. p. 141.



ro al que pertenezcan, incluyen pasajes humorísticos en mayor o menor medida. Algunos manga costumbristas de reconocido prestigio como la celeberrima *Sazae-san* (1946) de Machiko Hasegawa, o la entrañable *Obatarian* (1988; fig.88) de Katsuhiro Otta se insertan claramente en esta temática, tanto por su desarrollo argumental como por su planteamiento formal, próximo a la tradición del *koma-manga*. Algunas de las obras iniciales de Rumiko Takahashi, como *Urusei Yatsura* (*Lamu*), *Maison Ikkoku*, *P no Hideki* o *One-Pound Gospel*, independientemente de su enfoque abiertamente humorístico, absurdo o tragicómico, pueden apelar a esta temática.

Quizás el aspecto más intrigante de este tipo de publicaciones estriba en cómo el humor japonés, aun siendo fiel a la singular idiosincrasia nipona y a pesar de lo críptico que pueda parecer en determinados contextos, es muy bien recibido entre el públi-

co occidental. Si bien es difícil categorizar algo tan ambiguo a priori como el sentido del humor, o ponerle fronteras, no hay duda de que existen unas pautas narrativas y códigos visuales que normativizan de algún modo ese humor, haciéndolo críptico a ojos del lector occidental medio o de aquel no iniciado en la cultura japonesa. No hay duda de que estas barreras culturales pueden suponer un impedimento para su distribución fuera del mercado nipón, pero tal vez su capacidad para ser exportado a otros países radica, precisamente, en su carácter genuino y diferenciador.

#### **temática policiaca y detectivesca.**

Los cómics de temática policiaca y detectivesca siempre han gozado de una gran popularidad en Japón. En ellos tienen cabida tanto episodios humorísticos que se sumergen en la rutina cotidiana de policías y detectives,

87

88



<sup>109</sup> Otras series, como *Doraemon* del dúo Fujiko F. Fujio o *Golgo 13* de Takao Saitô, ambas publicadas por primera vez en 1969, son incluso más longevas, pero no se han editado de manera ininterrumpida como en el caso de *Kochikame*. *Golgo 13*, también perteneciente al género policiaco y detectivesco, continúa publicándose regularmente en el semanario *Big Comic*. Hasta la actualidad, se ha recopilado en más de 150 volúmenes, con cifras de ventas superiores a los doscientos millones de ejemplares.

como aproximaciones serias a la psique humana, desde la órbita de asesinos, cazarrecompensas o ladrones.

*Kochira Katsushika-ku Kameari Kōen-mae Hashutsujo* ("Aquí la comisaría de policía frente al parque de Kameari, en el distrito de Katsushika"; fig.89), a menudo conocida con el acrónimo *Kochikame*, es el título de un manga creado por Osamu Akimoto, publicado originalmente en el semanario *Shōnen Jump* en 1976 y serializado ininterrumpidamente hasta la actualidad, lo que lo convierte en la serie de manga en activo más longeva de la historia<sup>109</sup>, recopilada hasta la fecha en más de 160 volúmenes. En esta obra humorística, ambientada en una pequeña estación de policía de barrio (*kōban*) del noreste de Tokyo, se narran las desventuras de Kankichi Ryotsu, un policía de mediana edad obsesionado con ganar una gran fortuna, para lo cual no duda en poner en práctica todo tipo de ideas descabelladas. Aun cuando muchas de sus originales propuestas y artilugios funcionan, su ambición y codicia terminan por desbaratar sus planes. A pesar de su alocado comportamiento y mentalidad infantil, logra ganarse el cariño de sus compañeros.

A raíz del éxito alcanzado por las historias *gekiga* a finales de los años sesenta, en las décadas siguientes proliferaron las obras protagonizadas por asesinos o cazarrecompensas, o centradas en el universo de la *yakuza* (la



mafia japonesa) y sus entresijos. Dirigidas a un público adulto, este tipo de publicaciones contienen, a menudo, escenas de gran violencia y realismo. Entre los títulos más célebres se encuentran *Golgo 13*, de Tadao Saitō (fig.90), protagonizado por un infalible asesino a sueldo, o *City Hunter* (1985; fig.91) obra del *mangaka* Tsukasa Hojo, que describe las aventuras de Ryō Saeba, un pistolero en la sombra dedicado a erradicar el crimen de la ciudad de Tokyo. *Crying Freeman* (1986; fig.92) de Kazuo Koike y Ryoichi Ikegami, narra la historia de un ciudadano japonés, secuestrado y entrenado por la mafia china para convertirse en un implacable asesino, cuyo nombre en clave es "Crying Freeman", porque siempre llora tras haber eliminado a sus objetivos. En esta misma línea, *San-*

89 Osamu Akimoto, "Kochira Katsushika-ku Kameari Kōen-mae Hashutsujo" (1976)





*tuary* ("Santuario", 1990; fig.93) de Shô Fumimura y Ryoichi Ikegami, ambientado en el Japón precrisis económica, enlaza la temática *yakuza* con la política, a través del relato de dos jóvenes supervivientes y amigos de los campos de concentración del régimen de Pol Pot en Camboya. Ambos ansían alcanzar el poder, para transformar la sociedad japonesa, aun cuando lo intenten por medios diferentes: uno a través de la política, y otro ingresando en la mafia japonesa.

Monkey Punch, seudónimo con el que se conoce al dibujante Kazuhiro Kato, publicó en 1967 el primer arco de historias de *Lupin III*, dando lugar a una de las franquicias más rentables y conocidas del manga japonés. *Lupin III* narra las aventuras del bandido de idéntico nombre, nieto del mítico ladrón de guante blanco de las novelas de Maurice Leblanc, Arsène Lupin. El tai-

mado Lupin III es el ladrón más celebre del mundo, y se dedica a recorrer diferentes países perpetrando nuevos atracos al tiempo que escapa de la policía y del tenaz inspector de la Interpol Zenigata. En sus peripecias cuenta con la ayuda de sus compañeros, el pistolero Daisuke Jigen y Goemon, un espadachín de legendaria destreza. Las historias de Monkey Punch se alejan del tratamiento realista y dramático de los títulos anteriores, abordando el mundo del crimen desde una perspectiva cómica. No obstante, no renuncia por ello a incluir acción, violencia y erotismo en las tramas (fig.94). Aunque la primera publicación concluyó en 1972, desde finales de esa misma década y hasta la actualidad Monkey Punch continuó las aventuras de *Lupin III* a lo largo de diferentes obras seriadas, participando activamente en el proceso creativo o asesorando como guionista.

92

91



<sup>110</sup> A parte del término *jidaimon*, procedente del argot teatral, en ocasiones también se emplea el vocablo *jidaigeki* para designar a este tipo de composiciones históricas. En un sentido estricto, *jidaigeki* se refiere a las producciones de cine y televisión de temática histórica.



94 Dentro de la órbita de las publicaciones *shōnen*, y alejada por tanto de las historias dramáticas y el enfoque duro y realista de las publicaciones *seinen*, destaca la obra *Meitantei Conan* ("Detective Conan", 1994; fig.95), dirigida a un público infantil y adolescente. El autor, Gosho Aoyama, mezcla humor, aventuras e intriga, en esta saga de detectives, de gran proyección internacional gracias a la conocida adaptación a animación para cine y televisión. Gran parte de la obra de Aoyama ahonda en la temática policiaca y detectivesca, desde relatos cortos de terror y serie negra a precuelas y spin-off de *Meitantei Conan*.

### *el jidaimono y el manga histórico.*

El término *jidaimono*<sup>10</sup> sirve para denominar al conjunto de publicaciones manga de temática histórica, inspiradas en el

imaginario de samuráis y *ninjas* del Japón medieval. Originalmente, es una voz empleada en el teatro kabuki para designar a las obras de época. Durante el período Edo, el Régimen Tokugawa prohibía estrictamente las críticas a los problemas sociales de la época, de modo que los autores recurrían a episodios tradicionales del medioevo japonés y de las guerras intestinas, bajo cuya puesta en escena a menudo se ocultaban juicios y revisiones satíricas acerca de los miembros del gobierno. En la actualidad, al margen del argot teatral, el vocablo *jidaimono* sirve para definir de un modo más amplio a las publicaciones manga ambientadas en el Japón histórico, incluyendo la Era Tokugawa, la Restauración de Meiji y los prolegómenos de la Segunda Guerra Mundial.

El *jidaimono* suele tener una gran aceptación tanto entre el



consumidor japonés como en el lector extranjero. En el caso de estos últimos, su gran éxito y popularidad pueden deberse al grado de exotismo de las historias y la presencia de clichés en torno a la figura idealizada del samurái y la época de las luchas y guerras intestinas niponas, a pesar de que muchas de estas narraciones presentan elementos foráneos y a menudo crípticos para el lector occidental. La fórmula, no obstante, no se aleja excesivamente de las crónicas de caballeros andantes de la tradición europea, por lo que el arquetipo de héroe es, en último caso, reconocible. “El continuo éxito del manga *jidaigeki* sugiere que, mientras los samuráis ya no tienen lugar en el país moderno, sus vidas y leyendas dan respuesta a cierta añoranza por la continuidad con la herencia del Japón aún sin occidentalizar”<sup>111</sup>.

Muchos de estos relatos se plantean como retratos de gran fidelidad histórica. Los escenarios, el lenguaje y la ambientación cotidiana son reproducidos con precisión, emulando el espíritu de una época marcada por la cultura bélica del samurái; un período muy codificado en términos socioculturales, cuyos signos posibilitan, precisamente, un intento de aproximación por parte del lector occidental. Este último disfruta, a menudo, de la visión romántica e idealizada que se presenta del *bushido* y el culto a la espada. La katana se redefine como un objeto que materializa ese código, le da forma y lo convierte en un símbolo más allá del



simple arma. “*El hamon, aquellas nubes y ondas nostálgicas que bailaban entre las moléculas del acero, poemas escritos a lo largo del filo de la muerte*”<sup>112</sup>.

Este tipo de historias estuvieron prohibidas por las autoridades estadounidenses durante los primeros años de posguerra y mientras duró el régimen de ocupación, porque consideraban que exaltaban el culto al emperador y al sacrificio patriótico, recordando episodios del glorioso pasado militar del imperio japonés. En las décadas posteriores al gobierno castrense americano, se produjo un resurgir de las historias *jidaimon*, coincidiendo con la expansión económica y social de país, la generalización de las librerías de préstamo ambulantes y el auge del *gekiga*.

<sup>111</sup> GRAVETT, Paul. Op. cit. p. 98.

<sup>112</sup> CAREY, Peter. *Equivocado sobre Japón. El Viaje de un Padre y su Hijo*. p. 59.

<sup>113</sup> Sanpei Shirato es el seudónimo con el que se conoce al artista Noboru Okamoto, adoptado por este en 1957 para sus primeros cómics, y con el que se le reconoce internacionalmente.



97 Al igual que sucede con el género detectivesco, muchos autores de *shōnen-manga* para jóvenes recurren a la temática histórica para contextualizar las aventuras de sus héroes, generalmente centrándose en las habilidades de éste para la lucha e incorporando el romance o el humor como complemento a la historia. Los dibujantes del *seinen-manga* se centran en narraciones más oscuras, duras y a menudo extremadamente violentas, tratando con crudo realismo la sociedad de la época descrita. El escritor y dramaturgo Yukio Mishima fue un entusiasta defensor del manga de temática *jidaimono*, reivindicándolo con fervor a pesar de las duras críticas vertidas por parte de algunos sectores sociales, que consideraban que este tipo de publicaciones propugnaban un

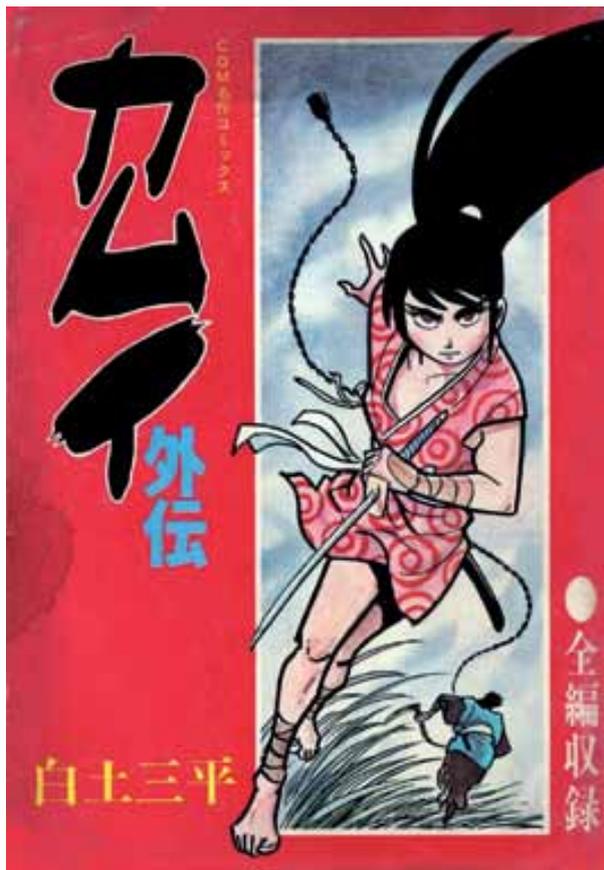
pensamiento belicista y hacían gala de una violencia desmedida. Mishima, de convicciones ultra-nacionalistas, idolatraba el glorioso pasado del Japón imperial, y veía en las historias *jidaimono* un reflejo del *bushido* y de la tradición samurái.

Coincidiendo con la aparición de los primeros *gekiga* se popularizaron las historias en las que el protagonista era un *ronin* – samurái sin amo – o un guerrero solitario, que desempeñaba la función narrativa del tradicional paladín, aun cuando difería respecto a este en su apariencia y valores. Muchos de ellos respondían al esquema clásico del antihéroe, retratado como un justiciero al margen de los gobiernos imperantes, comprometido con la conciencia de clases y las transformaciones sociales. Estos personajes actuaban en muchas ocasiones como reflejo de los problemas de la época y de las reivindicaciones y protestas sociales que en esa década estaban teniendo lugar en todo el mundo.

Estos ideales se ejemplifican en el personaje de Kamui, protagonista de la obra homónima *Kamui Den* (“La Leyenda de Kamui”; fig.96) de Sanpei Shirato<sup>113</sup>, considerado un pionero del manga *gekiga* y uno de los mejores dibujantes de *jidaimono* de la historia. En 1964, Shirato, que ya había publicado una obra de éxito ambientada en el universo *ninja*, *Ninja Bugeichō* (1959; fig.97)<sup>114</sup>, para las librerías ambulantes *kashihonya*, decide

<sup>114</sup> *Ninja Bugeichō* (“Relato de las Artes Castrenses de un Ninja”) narra las aventuras de Kagemaru y su banda de ninjas, protectores de los campesinos frente a los saqueadores y al férreo gobierno y explotación social de los soberanos. El protagonista, un hábil guerrero y maestro del arte del disfraz, se enfrentará a un poderoso shōgun, principal responsable de las miserias de los campesinos. La publicación concluyó en 1962 tras la ejecución de Kagemaru a manos del shōgun, quien, no obstante, también termina por recibir su castigo.

confiar su próxima obra, *Kamui Den*, al comprometido editor Katsuichi Nagai, para la publicación mensual Garo. Tras varios episodios que habían afectado negativamente a su salud en los últimos años, Katsuichi Nagai alumbró Garo como un espacio para el manga de calidad, dotando de mayor flexibilidad a los autores y dando cabida a nuevos proyectos más creativos y arriesgados. Nagai no concebía esta revista como una publicación comercial más, sino como su canto del cisne, y la experiencia y entusiasmo demostrada por Shirato constituyó un impulso vital para el desarrollo de este proyecto<sup>115</sup>. La portada del primer número de Garo, publicado en Septiembre de 1964, presentaba un combate entre *ninjas* de *Kamui Den*.



“*Kamui Den* era el principal reclamo para el lector (...). La lucha social contra la injusticia fue un rasgo central del personaje de Shirato (...). En paralelo con el clamor popular a escala mundial de la década de 1960, este incorruptible héroe del pueblo fue el primero de una serie de personajes manga adoptados por el movimiento de protesta. Su nombre e imagen se promocionaban en pancartas de los edificios escolares que habían sido ocupados por activistas políticos”<sup>116</sup>.

*Kamui Den*, ambientada en el Japón feudal del siglo XVI, narra las aventuras de un joven ninja de origen humilde, perteneciente a la casta social más baja, llamado Kamui. A medida que

se desarrolla la historia, surgen aliados y detractores del protagonista, que ve acentuado su papel como antihéroe al margen de las normas establecidas, defendiendo a los más débiles y denunciando las grandes desigualdades sociales imperantes en aquella época (fig.98). “A la crítica social que acompaña a la simple acción, habitual en la obra de Shirato, le acompaña un dibujo minuciosamente documentado y rico en detalle, pero eficaz e impactante al mismo tiempo, resuelto en vigorosos trazos de pincel, no lejano al del también maestro del manga histórico Goseki Kojima”<sup>117</sup>.

<sup>115</sup> La participación de Sanpei Shirato fue crucial para la buena marcha de la publicación Garo, de Katsuichi Nagai. Garo, que significaba “galería de arte”, era al tiempo el nombre de uno de los ninjas de Shirato.

<sup>116</sup> GRAVETT, Paul. Op. cit. p. 42.

<sup>117</sup> MOLINÉ, Alfons. *El Gran Libro de los Manga*. p. 152.



secundarios aparecidos en la trama de *Kozure Ôkami*<sup>118</sup>, pero obtuvo su mayor reconocimiento por ilustrar los viajes del “lobo solitario”.

*Kozure Ôkami* narra las crónicas de Ittô Ogami, maestro del estilo de esgrima *soiû-ryû*, y de su pequeño hijo Daigorô. Ittô desempeña el honorable puesto de verdugo del Shôgun<sup>119</sup>, por designación del mismo mandatario, durante el suicidio ritual *seppuku* de nobles y señores feudales desobedientes. El clan de los Yagyû, asesinos del régimen que ansían alcanzar el puesto de Ittô Ogami, conspiran contra él y ejecutan a toda su familia a excepción del bebé Daigorô, al tiempo que tienden una trampa para hacerlo parecer un traidor a ojos del shôgun. Desde ese momento, Ittô y su hijo emprenden un camino consagrado a la venganza, que ellos mismo llaman el camino al infierno, abandonando su rol como samurái y convirtiéndose en un asesino a sueldo conocido como “El Lobo Solitario”. A medida que la trama avanza y la fama del Lobo Solitario se acrecienta en todo el país, se van desvelando los motivos e intrigas que impulsaron a Retsudô Yagyû, líder del clan de los Yagyû, a perpetrar la traición, al tiempo que Ittô se enfrenta a la emboscadas y asesinatos enviados por su enemigo, hasta batirse con este para consumir su venganza.



Referido anteriormente en el capítulo de características, *Kozure Ôkami* (*El Lobo Solitario y su Cachorro*, 1970; fig.99), de guionista Kazuo Koike y el dibujante Goseki Kojima, es posiblemente el manga histórico más celebre del mercado internacional. Kojima (1928-2000) es conocido como uno de los tres grandes maestros del *jidaimono*, junto a Sanpei Shirato y Hiroshi Hirata (*Satsuma Gishiden*, 1977; fig.100).

El tándem editorial formado por Kojima y Koike fructificó en otros proyectos de éxito, entre los que se incluyen publicaciones “spin-off” inspiradas en personajes

*Mugen no Jûnin*<sup>120</sup> (*La espada del Inmortal*, 1994; fig.101), de Hiroaki Samura, relata las aven-

<sup>118</sup> Como sucede con *Kubikiri Asa* (“Asa el Ejecutor”), publicado entre 1972 y 1976, e inspirado en un personaje aparecido en uno de los primeros capítulos de *Kozure Ôkami*.

<sup>119</sup> La misión de este verdugo consiste en decapitar a aquellos que cometen seppuku una vez que hayan cortado su vientre, a fin de acabar con su sufrimiento.

<sup>120</sup> *Mugen no Jûnin* significa, literalmente, “El habitante del Infinito”.



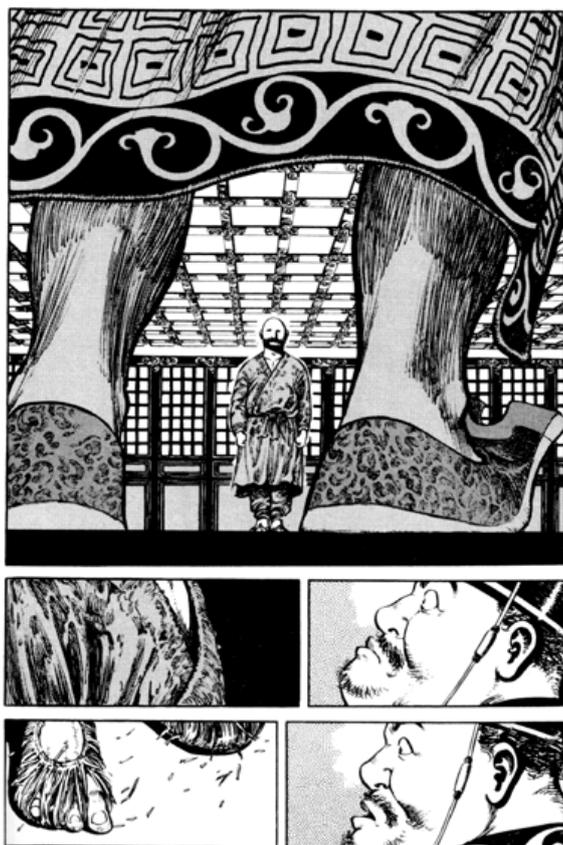
turas del guerrero inmortal Manji a lo largo de su viaje de expiación por sus crímenes pasados, en el curso del cual debe matar a mil hombres malvados. *Kaze no Sho (Cronicas del Viento, 1992)* del afamado dibujante Jiro Taniguchi y el historiador Kan Furuyama, es un relato centrado en el mítico y enigmático samurái de la Era Edo Jûbei Yagyû. *Vagabond (1998)* de Takehiko Inoue propone un repaso biográfico, con licencias dramáticas y elementos de ficción, de la vida del famoso espadachín Musashi Miyamoto. Estos títulos plantean modernas revisiones del género *jidaimono*, introduciendo nuevos recursos gráficos y narrativos, muchos de los cuales son deu-

dores de la tradición pictórica o los medios publicitarios.

101

Asimismo, *Bokko (1992; fig.102)*, con dibujo de Hideki Mori y guión de Sentaro Kubota, basado en la novela homónima de Kenichi Sakemi, o *Botchan no Jidai (La Época de Botchan, 1987; fig.103)*, de nuevo del *mangaka* Jiro Taniguchi y el escritor Nat-suo Sekikawa, profundizan en nuevos episodios históricos más allá de las guerras intestinas y el Shôgunato Tokugawa tradicionalmente asociados a la temática *jidaimono*. El manga *Bokko* esta ambientado en la época de los Reinos Combatientes, en los años previos a la unificación de China por el Emperador Qin Shi

<sup>121</sup> El título completo del manga es *Rurôni Kenshin Meiji Kenkaku Romantan*, que podría transcribirse como "Kenshin el Errante, Crónica Romántica de un Espadachín de la Era Meiji", pero habitualmente se conoce como *Rurôni Kenshin* (Kenshin el Vagabundo).



102 Huang de la Dinastía Qin (221 a.C.). A lo largo de dos mil quinientas páginas, se narran las batallas y ardidés que desembocaron en la unificación, desde la perspectiva del monje-guerrero Ge Li, un Mo Zhe especializado en la defensa de ciudades sitiadas, huido de la organización religioso-militar Mo Jia. *Botchan no Jidai* es un retrato certero y ameno del Japón de finales del período Meiji, una época caracterizada por los grandes contrastes sociales a raíz de la progresiva apertura del país a occidente. Alrededor de la figura del novelista Natsume Sôseki, posiblemente el principal escritor del período Meiji y una de las figuras más importantes de la literatura

japonesa del siglo XX, y de su obra *Botchan* (1906), Taniguchi aborda las transformaciones sociales, culturales y políticas, introduciendo esporádicamente en la narración a algunas de las figuras más transcendentales de la historia moderna de Japón.

Dentro del género *shônen*, alejado de la extrema violencia y dramatismo de la mayoría de estas obras *seinen*, incluyendo pasajes humorísticos y románticos en la trama, y privilegiando la acción explosiva sobre la verosimilitud y el rigor históricos, destaca *Rurôni Kenshin*<sup>121</sup> de Nobuhiro Watsuki (fig.104), publicado entre 1994 y 1999 en la *Shônen Jump*. Kenshin Himura es un pacífico



くお  
おお!!



ざんご  
おみに  
「二撃」は効かない

ならば

espadachín errante a comienzos de la Era Meiji, que pone su espada a servicio de los más débiles, pero a finales del tumultuoso Bakumatsu era un temible ejecutor de la facción de los Patriotas, conocido como Hitokiri Battôsei (“Battôsei el asesino”). Distribuido en España como “El Guerrero Samurái” y en el mercado anglófono como “Samurai X”, obtuvo una gran proyección internacional gracias a la adaptación a anime para televisión.

### *temática deportiva.*

El mayor auge y popularización de los manga de temática deportiva se produjo tras la finalización de la Segunda Guerra Mundial, durante los años que duró el Gobierno de Ocupación Estadounidense y en las décadas que lo siguieron. El GHQ (General Headquarters of the Allied Forces) promovió activamente el desarrollo de los manga deportivos en detrimento de las publicaciones *jidaimono*, severamente penalizadas e identificadas con los valores de auto-sacrificio y obediencia al Emperador, censurando cualquier material que evocase la Guerra o exaltase las cualidades del Bushido. Los cómics de samuráis y guerreros del medioevo japonés se había utilizado como reclamos pro-belicistas durante los años anteriores a la Guerra del Pacífico. En un primer momento, las autoridades castrenses, temerosas de un resurgir del espíritu patriótico y militarista del pueblo, prohibieron cualquier tipo de manifestación artística que exaltase actitudes

como la pelea, el combate o la competitividad. Esta prohibición que se llevó estrictamente a la práctica, al impedir los entrenamientos de deportes marciales tradicionales de Japón (karate, sumo, kendo, judo).

No obstante, la férrea moratoria de los primeros años se fue relajando progresivamente. Se fomentaron los deportes que ejemplificasen el manido estilo de vida americana, popularizando el béisbol a partir de los años cincuenta y sesenta y favoreciendo las publicaciones manga que incluyesen deportes de este tipo y proclamasen las virtudes del pueblo estadounidense. Poco a poco comenzaron a organizarse todo tipo de competiciones deportivas a imagen de los Estados Unidos. “Para restaurar la moral e inspirar esperanzas a un nuevo Japón, la nación derrotada necesitaba aprender de nuevo a ganar”<sup>122</sup>.

A comienzos del presente capítulo se advertía como dentro del género *shônen* para chicos y adolescentes existe un subgénero denominado *kônjo-manga*, cuyas historias se centran en la superación personal del protagonista, y privilegian el esfuerzo y tesón como métodos para la consecución de todos los objetivos propuestos. A menudo se presenta bajo la fórmula del *spokon*<sup>123</sup>, y el afán de superación y progresos del protagonista se enmarcan dentro de una determinada modalidad deportiva, que puede abarcar tanto las disciplinas tradicionales japo-

<sup>122</sup> GRAVETT, Paul. Op. cit. p. 54

<sup>123</sup> *Spokon* es una voz resultante de la contracción del término inglés “sport” (deporte) y *kônjo*, que significa, literalmente, “redaños”.

neses como competiciones de pelota y modalidades atléticas. “Todo el mundo sabe que, al final, un héroe de manga deportivo está obligado a ganar, o a perder con espíritu deportivo, por lo que el suspense proviene de leer cómo éste supera todos los desafíos con determinación y honestidad”<sup>124</sup>.

Existen cómics manga de prácticamente cualquier deporte (fig.105). “Un partido de béisbol o de baloncesto puede dilatarse a lo largo de cientos de páginas, secuenciando cada movimiento y maximizando su impacto con diseños sorprendentes, trazos fluidos y efectos sonoros, y con figuras borrosas y escorzadas”<sup>125</sup>. No obstante, la fórmula *spokon* no es exclusiva del cómic *shōnen*, sino que se exporta con éxito a las historias *shōjo-manga* para chicas, o aquellas dirigidas a un público adulto. “La exitosa fórmula de este género consiste en seguir la evolución de un neófito con pocas probabilidades de progresar, aunque con una férrea voluntad de conseguirlo (...) Contra todo pronóstico, termina triunfando. De hecho, esta fórmula se ha aplicado al tipo de manga ambientado en todos los universos posibles, desde las artes marciales, la fantasía y la ciencia ficción, hasta los grandes negocios, poderes políticos e incluso la propia profesión de los que se dedican al manga”<sup>126</sup>.

Algunas de estas narraciones promueven la competitividad y demuestran un cierto afán de protagonismo y vanagloria de



sus personajes, que puede invitar al culto al triunfo a cualquier precio. Sin embargo, es igualmente cierto que estas obras aglutinan un compendio de valores positivos, como el elogio de la amistad o el trabajo en equipo. Del mismo modo, en las últimas décadas se aprecia una evolución en este tipo de historias que si bien adoptan la temática deportiva, normalmente enfocada en la práctica de un deporte concreto como *leit-motiv* o eje regulador de la obra, otorgan una mayor relevancia al desarrollo psicológico de los protagonistas, las relaciones personales y la ficción romántica.

La competición deportiva se interpreta como un periodo de maduración personal y un paso de la niñez a la edad adulta. Se produce una superación de la

105

106



<sup>124</sup> GRAVETT, Paul. Op. cit. p. 54.

<sup>125</sup> Ibid.

visión privilegiada y egoísta del niño, favoreciendo la cooperación, el espíritu de equipo y el sentido de pertenencia al grupo. Los manga del género *shōjo* que ahondan en la temática *spokon* reiteran muchas de las características afines al género al que pertenecen, incluyendo, al mismo tiempo, peculiaridades intrínsecas a esta temática. En ese sentido, las historias para chicos también retratan la vida de sus protagonistas, introduciendo en la trama a amigos, rivales, pasiones, o primeros amores, pero “no se les reconoce una pubertad con período de latencia que sí presentaba el manga para jovencitas”<sup>127</sup>.

Los cómics de temática *spokon* son sintomáticos de la popularidad que el manga y el anime ostentan como factores de movilización social. Con motivo del Mundial de Fútbol de Corea y Japón, celebrado en ambos países en el año 2002, muchos ciudadanos japoneses manifestaron un gran desconocimiento y poco interés por este deporte, frente a un seguimiento popular mayoritario del béisbol que, al margen de las disciplinas marciales tradicionales, es el deporte nacional por excelencia. No obstante, una gran mayoría de las personas que afirmaban conocer algo de fútbol o estar familiarizadas con sus entresijos y normativa, era gracias al popular manga *Captain Tsubasa* (“Capitán Tsubasa”; fig.106), de Yoichi Takahashi, publicado en el semanario *Shōnen Jump* entre 1981 y 1988. El autor, espectador durante el Mundial

de Fútbol de Argentina de 1978, quedó tan sobrecogido y emocionado que decidió publicitar la práctica de este deporte a través de su nuevo héroe de ficción. Esta obra, conocida en España gracias a la adaptación animada bajo el título de *Campeones* o *Oliver y Benji*, narra la evolución deportiva y personal de Tsubasa Ozora, un chico japonés con enorme talento para el fútbol, desde su iniciación deportiva en la niñez, hasta su consagración como profesional. El enorme éxito de *Captain Tsubasa* motivó que el autor diese continuidad a la historia del joven futbolista nipón en varias secuelas editadas en las dos décadas siguientes a la finalización de la publicación original, al tiempo que fomentó la afición y práctica de este deporte entre varias generaciones de niños japoneses. “Varios jugadores japoneses participantes en la Copa del Mundo de 2002 citaron a este manga como una influencia que cambió el curso de sus vidas”<sup>128</sup>.

*Touch* es una obra del dibujante Mitsuru Adachi, conocida en España como *Bateadores* (fig.107), publicada en la revista *Shōnen Sunday* entre 1981 y 1986, y uno de los manga de deportes más famosos de todos los tiempos. Aunque incluida inicialmente en la temática deportiva, *Touch* es ante todo una obra romántica, con elementos tragicómicos, construida sobre una trama de fondo acerca del mundo del béisbol en un equipo de instituto japonés. La historia se desarrolla en torno a tres per-



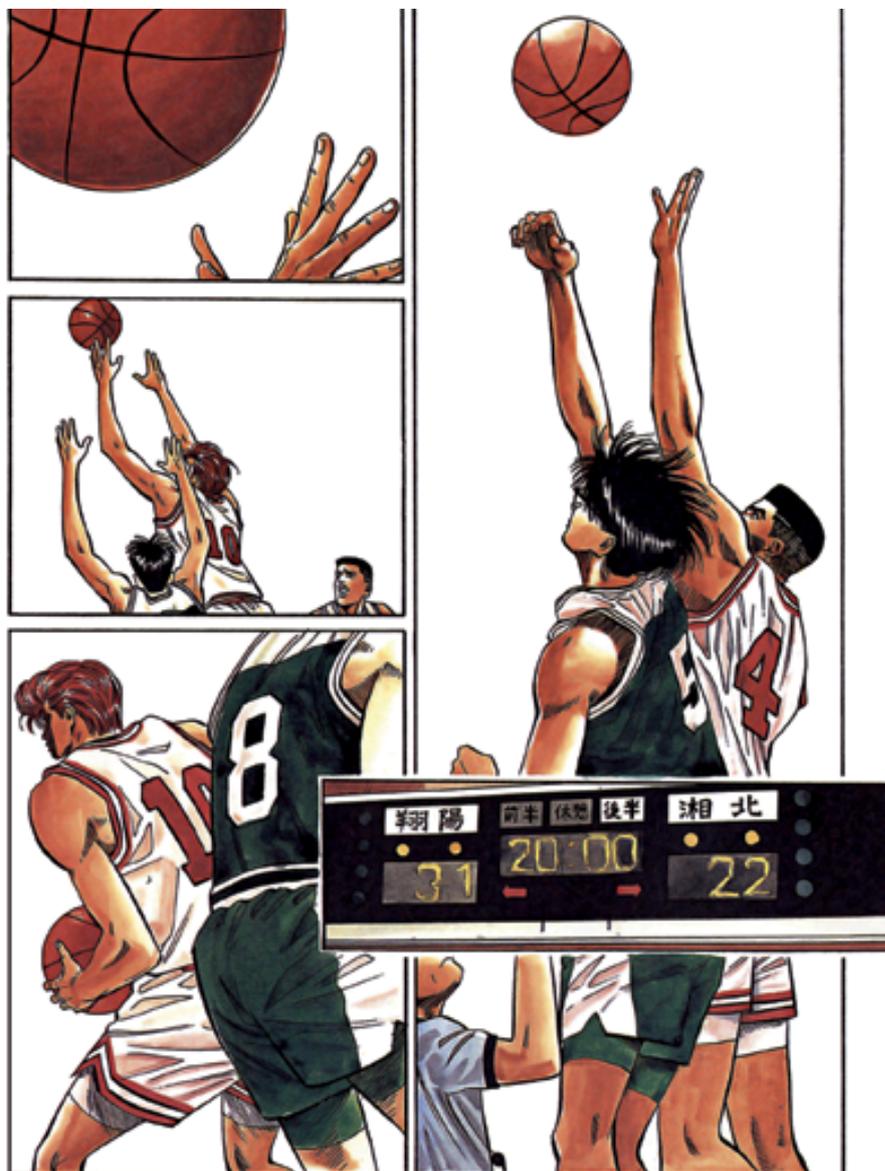
<sup>126</sup> Ibid.

<sup>127</sup> BERNDT, Jaqueline. Op. cit. p. 64.

<sup>128</sup> GRAVETT, Paul. Op. cit. p. 54.

sonajes, los hermanos gemelos Kazuya y Tatsuya, y su amiga de la infancia Minami. Kazuya es un brillante jugador de béisbol en el equipo del instituto, mientras que Tatsuya muestra un carácter más despreocupado y perezoso. Tras la muerte del primero en un accidente de tráfico, Tatsuya intentará seguir sus pasos ocupando el lugar de su hermano en el equipo, y acercándose poco a poco a su amiga Minami. El béisbol, presente a lo largo de toda la obra, actúa, no obstante, como pretexto unificador de la trama, que profundiza en la relación de ambos hermanos, en la atracción que sienten por Minami, y en la maduración personal de Tatsuya tras la muerte de su gemelo. Su enfoque intimista y la profundidad psicológica de los personajes convirtieron a *Touch* en una obra atractiva tanto para el público masculino como para las lectoras habituales de *shōjo-manga*.

*Slam Dunk* (fig.108), obra del mangaka Takehiko Inoue, constituye uno de los mayores éxitos editoriales de la revista *Shōnen Jump*. Publicado entre los años 1990 y 1996, este manga contribuyó - junto a la popular serie de Akira Toriyama *Dragon Ball* - a elevar la cifra de ventas del semanario por encima de los seis millones y medio de ejemplares, estableciendo un récord histórico sin precedentes. Aunque no goza del reconocimiento internacional de *Dragon Ball*, esta obra es considerada como una de las series de manga más exitosas y populares de la historia.



*Slam Dunk* narra las peripecias de Hanamichi Sakuragi, un estudiante del instituto Shohoku un tanto problemático y macarra, que decide ingresar en el equipo de baloncesto del instituto para intentar impresionar a una chica de la que se ha enamorado, quien a su vez se siente atraída por Kaede Rukawa, rival y al mismo tiempo compañero de equipo del primero. Inoue entremezcla con acierto episodios humorísticos - propiciados por



109

la personalidad arrogante y bravucona del protagonista - con la narración muy fluida y dinámica de las emocionantes escenas de los partidos de baloncesto. *Slam Dunk* ejemplifica con maestría las máximas de la temática *spokon*. Aunque inicialmente la historia parece centrarse en el triángulo amoroso de los personajes, poco a poco se desmarca de esta línea argumental, que pasa a un segundo plano, y se centra plenamente en la maduración psicológica de Sakuragi, en su desarrollo como deportista y en la relación de amistad y compañerismo que se conforma entre los miembros del equipo Shohoku.

Quizás la obra más significativa de la temática *spokon* sea *Ashita no Joe* ("El mañana de Joe"; fig.109), publicada por primera vez en 1968 en la revista *Shōnen Magazine*, por la transcendencia que tuvo en sucesivas generaciones de lectores japoneses y por su relevancia social durante los primeros años de la década de los setenta. *Ashita no Joe*, del guionista Ikki Kajiwara<sup>129</sup> y el dibujante Tetsuya Chiba, narra la historia de Joe Yabuki, un huérfano problemático y beligerante, que es rescatado de la miseria por un ex-boxeador que decide entrenarlo. A medida que avanza la narración, se va plasmando la maduración personal de Joe, desde sus brillantes inicios como púgil debutante hasta su combate por el título mundial de boxeo, a pesar de las adversidades y fracasos que experimenta en su lucha vital. "Chiba y Ka-

jiwara presentaron un manga para chicos capaz de hacerles sentir cada puñetazo de los brutales combates de Joe con un realismo estremecedor"<sup>130</sup>.

Uno de los momentos más importantes de la trama narra el reencuentro de Joe con Tôru Rikiishi, un antiguo compañero del reformatorio, también boxeador y némesis de Joe. Movido por la enorme rivalidad existente entre ambos, Tôru se somete a una drástica dieta para alcanzar el peso necesario para participar en la misma categoría que Joe, y así poder enfrentarse a este. Debilitado por la dieta y exhausto por el feroz combate, fallece en el transcurso del mismo. Los lectores, conmocionados por la férrea voluntad y trágica muerte de Tôru, organizaron un funeral en la sede de la Editorial Kodansha al que asistieron más de seiscientas personas. Este acontecimiento sin parangón puso de manifiesto la implicación vital del público con una serie de ficción, así como la profunda identificación experimentada con los personajes de la misma. Joe, vulnerable pero con un gran afán de superación, se percibía como una persona de carne y hueso, y no como un personaje sobre el papel.

Las autoridades japonesas y las asociaciones de padres y profesores criticaron duramente la publicación de *Ashita no Joe*, tanto por la extrema violencia de los combates representados y dureza verbal de algunos diálogos, como por el carácter reivindicativo

<sup>130</sup> GRAVETT, Paul. Op. cit. p. 52.

tivo y subversivo del protagonista, en especial al tratarse de una publicación destinada a un público juvenil. Del mismo modo que había sucedido con el célebre personaje de Sanpei Shirato, el *ninja* Kamui, adoptado como icono de las revoluciones y conflictos sociales del proletariado japonés durante los años sesenta, el indomable boxeador Joe se convirtió en la imagen de numerosos grupos radicales, organizaciones terroristas de extrema izquierda y movimientos estudiantiles, en especial durante las violentas protestas llevadas a cabo contra EEUU por la intervención militar en la Guerra de Vietnam.

Las presiones ejercidas desde diferentes colectivos precipitaron la conclusión de la serie, dando lugar, no obstante, a uno de los finales más épicos y reconocidos de la historia del manga japonés que, de otro modo, tal vez no habría tenido lugar. Tras sostener una lucha a priori imposible durante quince asaltos con el vigente campeón del mundo de Boxeo, José Mendoza, son los jueces quienes tienen que decidir el vencedor, fallando a favor de este último. En la postrera viñeta, Joe yace ensangrentado en un pequeño taburete en la esquina del ring, magullado y vencido, pero conserva, no obstante, una sonrisa (fig.110). Todo parece indicar que Joe está muerto. A pesar de que las evidencias parecen confirmar esa tesis, la enigmática sonrisa de Joe en la última imagen da cabida a un final abierto al que

Chiba y Kajiwara no quisieron renunciar. En opinión del dibujante, el público más adulto tiende a imaginar al personaje muerto, mientras que los lectores más jóvenes interpretan que Joe, habiendo puesto su esfuerzo y corazón en el combate, no puede morir. Al contrario de lo que sucedió con Tôru, no se organizó ningún evento para despedir al protagonista. *“Quizás los muchachos tuvieran razón - después de todo, los lectores nunca enterraron a Joe”*<sup>131</sup>.

### **el jôhō-manga o manga educativo.**

El manga se encuentra presente en todas las facetas de la vida cotidiana japonesa, a través de la televisión, la publicidad, los catálogos de productos, la moda o el arte; y se emplea en educación con finalidad divulgativa o didáctica en folletos de información y manuales de instrucciones, así como en escritos académicos y científicos, o para la figuración de hechos históricos para uso docente. Consecuentemente, el mercado nipón ha visto reconocida su valía como medio educativo de plena vigencia. El componente elitista del cómic en Europa, impide muchas veces su planteamiento como método de enseñanza; su precio y público impiden que se generalice a otros niveles sociales.

El primer manga didáctico conocido data de 1939, consistente en un tratado sobre ciencias naturales ilustrado por Aki Reiji, y publicado en un periódico

111



<sup>131</sup> Ibid.

<sup>132</sup> [EVANS, Peter; "Educational Manga"; Mangajin n°23, 1993, pp. 10-13]; en MOLINÉ, Alfons. Op. cit. p. 52.

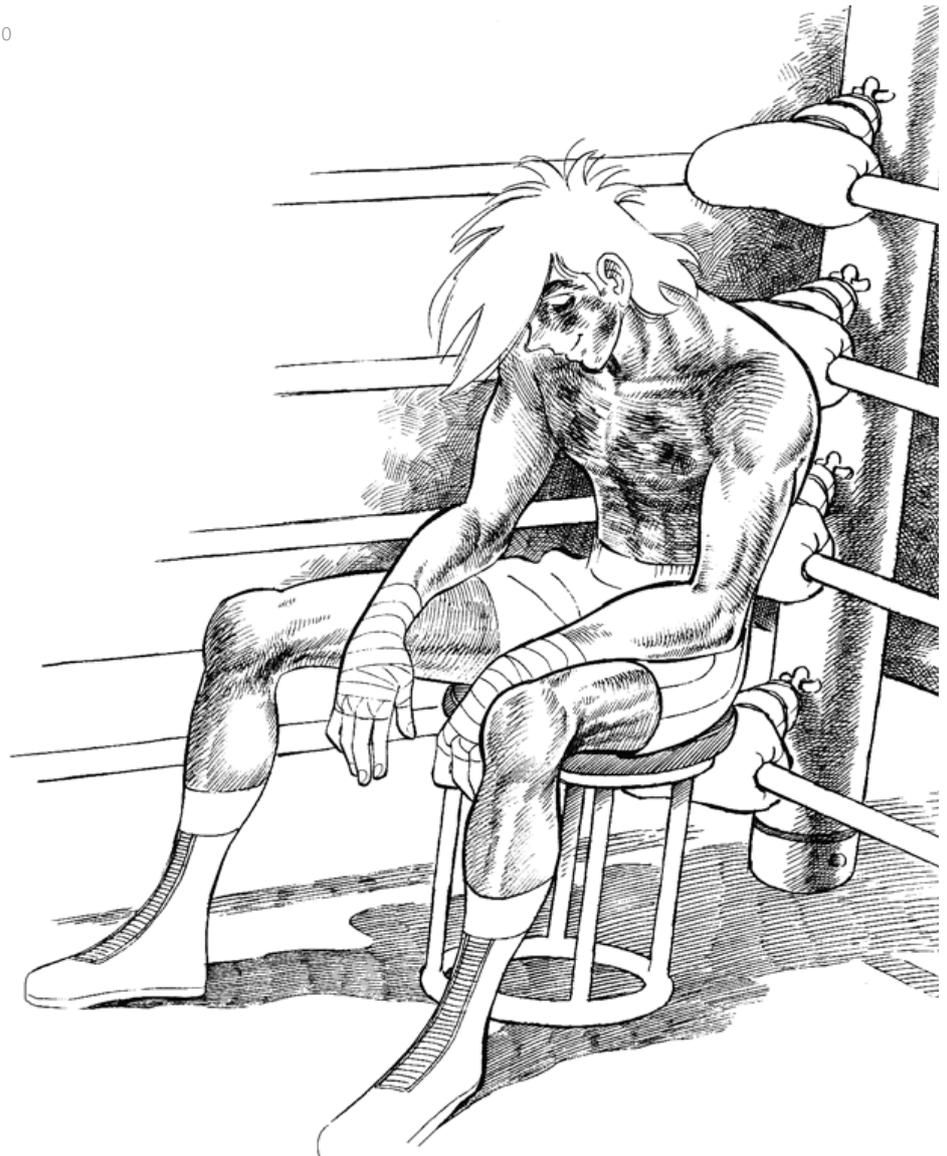
educativo para escolares de enseñanza primaria<sup>132</sup>. Las aplicaciones pedagógicas del teatro callejero *kamishibai* habían sido exploradas con éxito por la teóloga Imai Yone, y puestas en práctica con sus alumnos durante las clases de la escuela dominical que dirigía en Tokyo. No obstante, las verdaderas posibilidades comerciales - ligadas a una distribución masiva - de esta temática se apreciaron tras el éxito arrollador de la obra *Manga Nihon Keizai Hyûmon* ("Japan Inc.") de Shôtarô Ishinomori, publicada en 1986, y tras el éxito de la cual las grandes editoriales japonesas empezaron a interesarse por este nuevo nicho del mercado editorial, apenas explotado comercialmente hasta entonces,

propiciando el lanzamiento de numerosas publicaciones pedagógicas o divulgativas.

*Manga Nihon Keizai Nyûmon* (fig.111) se aproximaba desde una óptica realista y amena al día a día de un gran fabricante de automóviles japonés, exponiendo elementos abstractos de economía de un modo comprensible para el lector inexperto y abordando los fundamentos del comercio e industria japoneses y su relación en el marco económico internacional. Shôtarô Ishinomori, seudónimo de Shôtarô Onodera, fue asistente de Tezuka durante sus primeros años como dibujante, y considerado el heredero artístico de este tras su muerte en 1989. Alcanzó una

271

110



gran popularidad con el manga *Cyborg 009* y con las series de superhéroes enmascarados “*henshin*” (que se transforman), como la célebre *Kamen Rider*. Tras el éxito de *Manga Nihon Keizai Hyûmon*, Ishinomori publicó *Manga Nihon Rekishi* (“Historia de Japón en Manga”), una compilación ilustrada de la historia de Japón en 48 volúmenes.

### temática de ciencia-ficción

A comienzos del año 2008, varios periódicos e informativos de televisión españoles recogían la noticia de dos importantes avances científicos en el campo de la robótica presentados por sendas empresas japonesas. Sanya, creación del profesor Hiroshi Kobayashi, es un robot de apariencia humana, pensada para labores administrativas, que puede reconocer preguntas y ofrecer respuestas coherentes, así como reproducir una infinidad de gestos faciales que la aproximen a las personas. El segundo invento es HAL, un exoesqueleto cibernético desarrollado por la empresa Cyberdyne bajo la dirección de Profesor Yoshiyuki Sakai. Pensado para ofrecer servicios a la tercera edad y para programas de rehabilitación de disminuidos físicos, el invento de Sakai multiplica la fuerza de la persona que lo viste, permitiendo levantar pesos considerables que, de otro modo, no sería posible. Preguntado acerca del origen del desarrollo de HAL, el Profesor Sakai reconoció haberse inspirado en los robots de ficción del manga y anime japoneses.

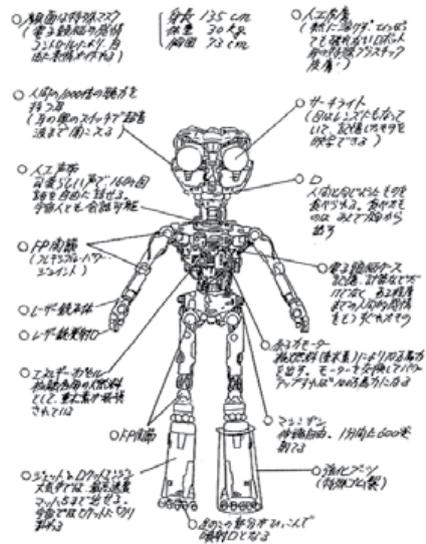
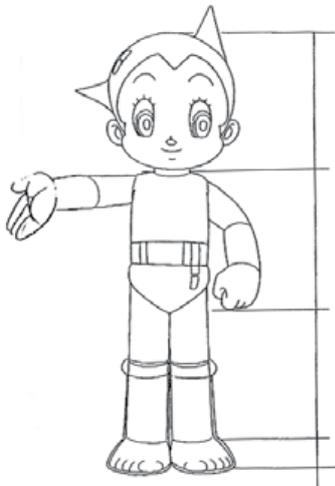
A mediados de la década de los ochenta, los ingenieros de Honda iniciaron un proyecto para el desarrollo y perfeccionamiento de robots humanoides que pudiesen caminar e interactuar con las personas. Los primeros modelos, no obstante, no causaban el efecto esperado. Construidos con una escala y una estatura similar a las de un hombre adulto (180 cm), provocaban una reacción de rechazo, susto o miedo entre las personas a las que se acercaba. Los responsables del proyecto ASIMO (Advanced Step in Innovative Mobility) de Honda, el robot con la capacidad móvil más avanzada del mundo, dirigidos por el Profesor Masati Hirose, buscaban un robot amable, “un robot aceptado por la gente”. Detrás de esta afirmación se escondía la clave para entender las últimas cinco décadas de robótica en Japón y el debate sobre qué papel tendrá esta ciencia en el futuro. Una de las obsesiones de los ciudadanos japoneses es que el robot debe ser amable y útil, un amigo del hombre, y así lo interpretaron los investigadores de Honda.

El ASIMO actual tiene una altura de 130 cm, lo que lo asemeja por peso y envergadura, a un niño. Curiosamente, ASIMO también comparte similitudes en su estatura con *Atom* (*Astroboy*; fig.112-113), el personaje de ficción creado por Osamu Tezuka (*Tetsuwan Atomu*) en 1952. Para Hirose, padre de Asimo, *Astroboy* marcó a su gene-



<sup>133</sup> IMAI, Takao; en: BROOKE, James. “El corazón de la animación japonesa late en el interior de un niño robot”. *The New York Times*.

<sup>134</sup> BROOKE, James. Op. cit.



113 ración y aportó el concepto de robot que la sociedad japonesa estaba dispuesta a tolerar. En abril del año 2003, coincidiendo con la fecha de nacimiento que Tezuka había planeado para su pequeño robot a mediados de los años cincuenta, las espontáneas muestras de afecto de la gente recogían el sentir general del pueblo japonés hacia el adorable Astroboy, y la influencia de este en la robótica moderna nipona. “Los japoneses queremos convivir con robots, por eso nos gusta Astroboy”<sup>133</sup>. Moriyoshi Yoshizawa, organizador de uno de los desfiles organizados en Tokyo el siete de abril de 2003 en honor al personaje de Tezuka afirmó al respecto: “Los japoneses nos imaginamos un mundo en el que los robots vivan con la gente. Esta idea viene de Astroboy”<sup>134</sup>.

*“Se dice que la palabra robot ha llegado a nosotros procedente*

del término checo ‘robota’, que significa ‘trabajo’ o incluso denota ‘trabajos forzados’, y es por tanto una palabra que originalmente poseía una connotación negativa. Pero a través de algunos personajes japoneses como Astro Boy o el gato-robot Doraemon, el significado de la palabra robot mutó, convirtiéndose en un amigo bondadoso que ayuda a los seres humanos. En Asia y en otros lugares en todo el mundo, los robots pasaron a ser los ‘white hats’, esto es, los héroes”<sup>135</sup>.

En ocasiones, los lectores occidentales menos experimentados tienden a identificar automáticamente el manga masculino con la temática de ciencia-ficción, tanto por la abundancia de títulos de gran éxito que abarrotan esta categoría, como por la popularidad y aceptación de las adaptaciones en forma de anime en el mercado internacional. El imaginario de ciencia-ficción resulta reconocible para la inmensa mayoría del público, independientemente de su familiaridad con el cómic japonés. Al igual que sucede en otros medios como la literatura o el cine, la temática de ciencia-ficción abarca una iconografía muy amplia difícil de categorizar bajo una única denominación. Esta realidad es extensible a las publicaciones manga. En grandes términos se podría hablar de historias de fantasía épica, epopeyas futuristas, narraciones pos-apocalípticas y *cyberpunk*, o de temática “*mecha*”, que a menudo se entrelazan entre sí. Esta permeabilidad de diálogos es sin duda una de las características

<sup>135</sup> ASÔ, Tarô (Ministro de Asuntos Exteriores de Japón en el año 2006). *A New Look at Cultural Diplomacy: A Call to Japan's Cultural Practitioners*.



de esta temática tan amplia, presente en las publicaciones *shônen*, *shôjo* y *seinen* para jóvenes y adultos. Estos manga “reflejan muchas de las cuestiones que encontramos en la ciencia-ficción contemporánea (...) como son su interés por la robótica, la inteligencia artificial y las consecuencias del desarrollo sin control de estas tecnologías”<sup>136</sup>.

La temática de fantasía es sin duda la que más se aleja del discurso de las restantes historias porque no se desarrolla necesariamente en una ambientación futurista, aun cuando no renuncie a introducir elementos *fanta-científicos* en la trama. El subgénero *shôjo* de las *Magical Girl* responde mayoritariamente a esta temática. La combinación de elementos robóticos con la ambientación medieval posibilita la creación de infinitos universos paralelos. Las historias de fantasía heroica, deudoras de la literatura fantástica europea para jóvenes y del imaginario Tolkien de elfos, magos y enanos también tienen cabida en el manga contemporáneo. La franquicia *Record of Lodoss War* (“Crónicas de la Guerra de Lodoss”), del novelista Ryo Mizuno, que incluye novelas, series de anime, manga y videojuegos, aglutina las obras más representativas de esta temática en Japón. Escritas por Mizuno e ilustradas por diferentes *mangakas*, las historias se desarrollan en diferentes momentos en la convulsa isla de Lodoss. Las crónicas de Lodoss incluyen algunas obras manga como *Eiyû Kishiden* (*La Leyenda*

*del Caballero Heroico*), del dibujante Nasato Matsumoto, *Haiiro no Mayo* (*La Bruja Gris*) de Yoshihiko Ochi, o *Farisu no Seijo* (*La Dama de Faris*; fig.114) del mangaka Akihiro Yamada, entre otras.

275

El término mecha es un apócope de la palabra inglesa “mechanical”. El manga y anime mecha aluden a todas aquellas obras en las que aparecen robots gigantes o vehículos bípedos pilotados por un ser humano. Aunque de tardía aparición y lento desarrollo, es una de las temáticas más populares tanto en el mercado japonés como internacional, en buena medida por las numerosas adaptaciones anime para cine y televisión de las publicaciones manga de mayor éxito. A pesar de la existencia de personajes con características similares en otras obras anteriores - en los años previos y durante la Guerra del Pacífico - se considera que el nacimiento de los robots gigantes tiene lugar en 1956 con la publicación de *Tetsujin 28-gô* (“Hombre de Hierro nº28”; fig.115), de Mitsu-teru Yokoyama. La trama gira en torno al robot que da nombre a la publicación, vigésimo octavo miembro de un escuadrón de temibles autómatas mecánicos proyectados con fines militares durante la II Guerra Mundial para defender Japón y acabar con el ejercito aliado. Debido a los bombardeos estadounidenses, no se completa su construcción hasta varios años después del fin de la contienda. En el Japón de posguerra su misión no es luchar

115



<sup>136</sup> TELOTTE, J.P. *El Cine de Ciencia-Ficción*. p. 134.

contra el ejército de EEUU, sino defender la paz y la justicia en Japón enfrentándose a criminales, monstruos y extraterrestres.

Esta temática experimentó su mayor crecimiento y expansión, en la década de los setenta y ochenta, a raíz de la creación del robot *Mazinger Z*, de Gô Nagai, publicado en 1972 en la revista *Shônen Jump* (fig.116). Frente a la amenaza del Dr. Hell y sus "brutos mecánicos" en su afán de dominar el mundo, el robot Mazinguer Z es el único escollo que se interpone en sus planes de conquista. Aliado de la justicia, el robot Mazinger, revestido con la *super-aleación Z* - obtenida gracias al descubrimiento de un nuevo elemento químico llamado *Japanium* - y pilotado por Kôji Kabuto, nieto del Profesor Kabuto (responsable del diseño del mismo), se enfrenta en cada capítulo a las creaciones mecánicas del Dr. Hell, capitaneadas por su malvado acólito el Barón Ashura.

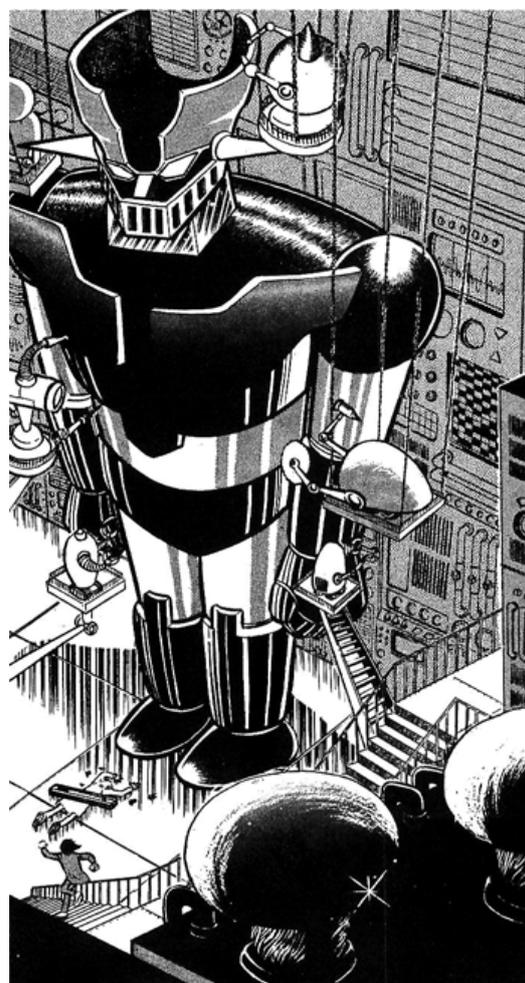
Para algunos investigadores, la continuidad de las publicaciones y series de animación de temática *mecha* vino dada no sólo por el éxito de *Mazinger*, sino también por la crisis del petróleo iniciada en 1973 a raíz de la negativa de la OPEP a suministrar petróleo a Israel y sus aliados occidentales, como represalia por la Guerra del Yom Kipur. "Debido a la crisis salía demasiado caro incluir robots en las películas normales. No había duda de que la gente quería ver robots, eso es natural. Pero por culpa de

la crisis del petróleo, los robots eran todos de dibujos animados"<sup>137</sup>.

En muchas de las obras más célebres del género *mecha* el piloto es un niño o un adolescente. Esta elección no viene dada únicamente por cuestiones comerciales, al ser productos a menudo englobados en el género *shônen* y, por tanto, dirigidos a jóvenes y quinceañeros, sino por motivos que atañen desde la psicología del personaje hasta su maduración personal. Por una parte, la elección de niños y no de personajes adultos para los roles protagonistas, constata el recurrente anhelo japonés de depositar sus sueños y esperanzas en la siguiente generación, que no ha de ver repetidos los errores del pasado. Por otra parte, al recurrir a un niño, se delega en un personaje inocente y pasional, tal vez algo inestable, pero cuyas nociones del bien y del mal no aparecen tan turbadas como en los personajes adultos de este tipo de obras, a menudo más cínicos y condescendientes. A menudo se desprende de la historia que a otra persona, más madura pero desposeída de la inocencia infantil de estos pilotos, le habría resultado imposible gobernar al robot.

Los problemas y preocupaciones propios de la adolescencia facilitan que el autor profundice en la psique del protagonista. Dado que una de las principales características del manga juvenil es el crecimiento y maduración personal de los personajes, la

116



<sup>137</sup> CAREY, Peter. Op. cit. p. 133.

<sup>138</sup> Ibid. p. 121.

<sup>139</sup> BERNDT, Jaqueline. Op. cit. p. 164.

elección de un niño que ha de tomar decisiones a menudo más propias de un adulto - luchar por la paz, matar al enemigo, salvar el mundo - contribuye a enriquecer las tramas subyacentes de la obra. Tal vez, en el acto repetitivo de pilotar al robot el niño reitera la voluntad de convertirse en adulto, reflejo de un período de crecimiento de vital importancia en la cultura japonesa. Yoshiyuki Tomino, creador de la saga de temática mecha *Gundam* (1979) afirmó al respecto: "Cuando los niños se ponen los Mobile Suits, eso no constituye un acto frío, lógico y racional; es cuando el niño se convierte en héroe. Tiene que ver con la gloria y el honor"<sup>138</sup>.

A pesar de carecer de espíritu o personalidad, este tipo de máquinas adquieren una consideración más allá de la herramienta obediente o del arma aterradora, y al margen del propio piloto se les concede un rol como co-protagonistas en la historia, como amigos de la humanidad y salvadores, que "nunca se independizan a costa de las personas, y mantienen siempre su situación dentro del grupo"<sup>139</sup>. Esta concepción es deudora en muchos aspectos del *Astroboy* de Tezuka y de su visión optimista respecto a los progresos científicos, así como de la fe japonesa en las bondades de la robótica moderna. En muchos casos, los robots mecha son protectores de la humanidad, frente a un monstruo o un cataclismo, antes que causantes del mismo. Cuanto más se asemejan a las personas, por escala y apariencia, más se

aproximan a la sensibilidad y naturaleza humanas; frente a esto, los personajes de mayor envergadura carecen de sentimientos o personalidad definida, concebidos únicamente como gigantes armaduras mecánicas.

El término *gutai*, utilizado en Japón, sirve para definir la unión de dos o más cosas para convertirse en una unidad. En cierto sentido, este es el modo en el que el piloto y el robot interactúan en las historias de temática mecha, donde el segundo no se considera únicamente un vehículo de combate, a imagen de un tanque o un caza del ejército, sino como una armadura protectora, un exoesqueleto de metal que manifiesta todo su potencial en comunión con el joven piloto. Algunos críticos japoneses han llegado a comparar las cabinas de estos robots con el útero materno, dentro de las cuales la persona y la máquina adquieren sentido como una unidad. Del mismo modo, la armadura robótica representa metonímicamente el cuerpo del piloto, y al igual que sucede con el bebé en el útero materno durante el embarazo, lo que siente uno, lo siente el otro.

Estos robots, accionados inicialmente mediante control remoto (*Tetsujin 28-gô*), se convirtieron en máquinas guiadas por pilotos humanos a raíz del gran éxito de *Mazinger* y otras creaciones mecánicas de Gô Nagai. Obras como *Kidô Keisatsu Patlabor* ("Patrulla Móvil Patlabor", 1988), de Masami Yûki, el anime (Hi-





118



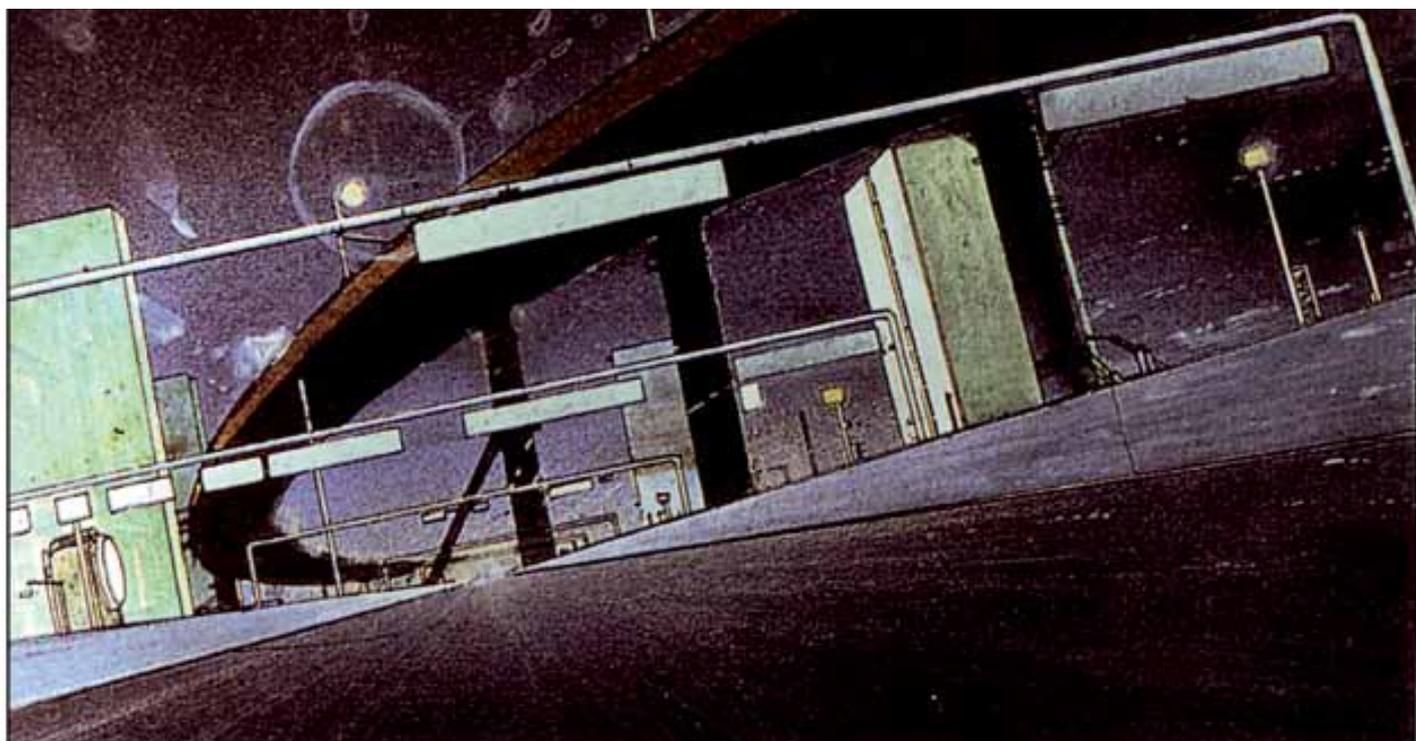
119

deaki Anno, Studio Gainax 1995) y el manga homónimo (Yoshiyuki Sadamoto, 1995) *Neon Genesis Evangelion*, la serie de animación *Macross* (Tatsunoko productions, 1982) y la franquicia *Mobile Suit Gundam* (Sunrise, 1979; fig.117), se incluyen dentro de esta temática.

Las obras de inspiración *cyberpunk* casi siempre se identifican con imaginario urbano preciso, tal como sucede en la película *Blade Runner* de Ridley Scott, en el manga *Akira* (1982) de Katsuhiro Ôtomo, o en las sagas futuristas *Ghost in the Shell* (1989; fig.118) y *Appleseed* (1984; fig.119) de Masamune

Shirow. Ambos autores se trataron al inicio del presenta capítulo en el marco de las publicaciones *shônen*.

“Cualquier espectador de anime o lector de manga está acostumbrado a las convenciones en las representaciones urbanas: el revoltijo de rascacielos apelmazados, en ángulos imposibles y estirándose sin límite hasta el horizonte, la igualdad opresiva e impersonal de cada bloque de edificios del Neo-Tokyo futurista de *Akira*, los estrechos callejones traseros y tortuosas callejuelas laterales en las que desaparecen los personajes. (...) Como muchos héroes y heroínas, la



行こうぜ みんな!  
高速26号をずっと行って  
旧市街だ!!  
ついて来られりゃだけどな



とっとうちへ行けよ金田  
ちゃんと後ろに  
いるからさ

ciudad parece metastatizarse en una monstruosidad, una maravilla de la imaginación del artista. Pero aquellos que visitan en realidad Tokyo, Yokohama o Ôsaka se dan cuenta que las escenas urbanas en el manga no son un simple boceto. (...) No pocos comentaristas y turistas, especialmente los más mayores, encuentran la mezcolanza urbana de Japón decididamente fea”<sup>140</sup>. La ciudad posapocalíptica, frondosa, que se desparrama sobre el terreno, es un recurso visual empleado con maestría en la obra de Ôtomo, y en especial en la adaptación animada (fig.120). En *Akira*, la trama fundamental de la historia es la amistad entre ambos protagonistas, no obstante, existe un segundo eje central en torno al cual vertebra la película Katsuhiro Ôtomo: “la relación entre el humano y la ciudad. El espacio anorgánico Neo-Tôkyô, la ciberciudad futurista de cristal, hormigón, tubo metálico y cables electrónicos”<sup>141</sup>.

Shirow mezcla con elegancia un desmedido gusto por los detalles insignificantes, las continuas anotaciones exhaustivamente descriptivas, y un cierto psicologismo cientificista. A menudo cuestiona la dimensión del alma humana, lo que deviene en una “preocupación por el agitado estado del yo posmoderno; un yo que encuentra cuestionado su género, su identidad e incluso su propia naturaleza humana por el nuevo entorno tecnológico en el cual habita”<sup>142</sup>. Sus personajes, inmersos en un futurismo vital, encarnan a la perfección el sen-

timiento *cyberpunk*, deudor de la tradición posmoderna.

La visión apocalíptica a la que abocan muchas de estas publicaciones manga, no desemboca, necesariamente, en una hecatombe destructora. Desde los años ochenta numerosos autores han concebido distintas narraciones y explorado infinidad de alternativas futuribles, la mayoría de las cuales, no obstante, coinciden en plantear desenlaces parecidos. Para algunos *mangakas* la tecnología tiene potencialidad para ser salvadora o destructora, mientras que en otras obras el hombre está abocado irremediablemente al Apocalipsis o el mundo deviene en una utopía sin libertad. La huella imperecedera de las bombas atómicas de Hiroshima y Nagasaki está presente, a menudo de manera inconsciente y aun cuando muchos de estos autores no lo viviesen en primera persona, en los relatos de ciencia-ficción. “Los escenarios y ambientaciones recurrentes sobre una destrucción catastrófica y otras distopías apocalípticas evocan los traumas de los holocaustos atómicos de 1945. (...) Al menos una vez al año existe un terremoto lo suficientemente severo como para ocasionar daños mayores. Esta sensación de vulnerabilidad, incluso de fatalismo, queda plasmada en las visiones severamente especulativas de devastación natural y tecnológica”<sup>143</sup>. Otras veces, como sucede en la fantasía de Hayao Miyazaki, *Kaze no Tani no Naushika (Nausicaä del Valle*

<sup>140</sup> KELTS, Roland. Op. cit. p.125.

<sup>141</sup> BERNDT, Jaqueline. Op. cit. p. 72.

<sup>142</sup> TELOTTE, J.P. Op. cit. p. 135.

<sup>143</sup> GRAVETT, Paul. Op. cit. p. 101.

del Viento, 1984; fig.121), existe esperanza en la redención del género humano, y en la supervivencia del planeta.

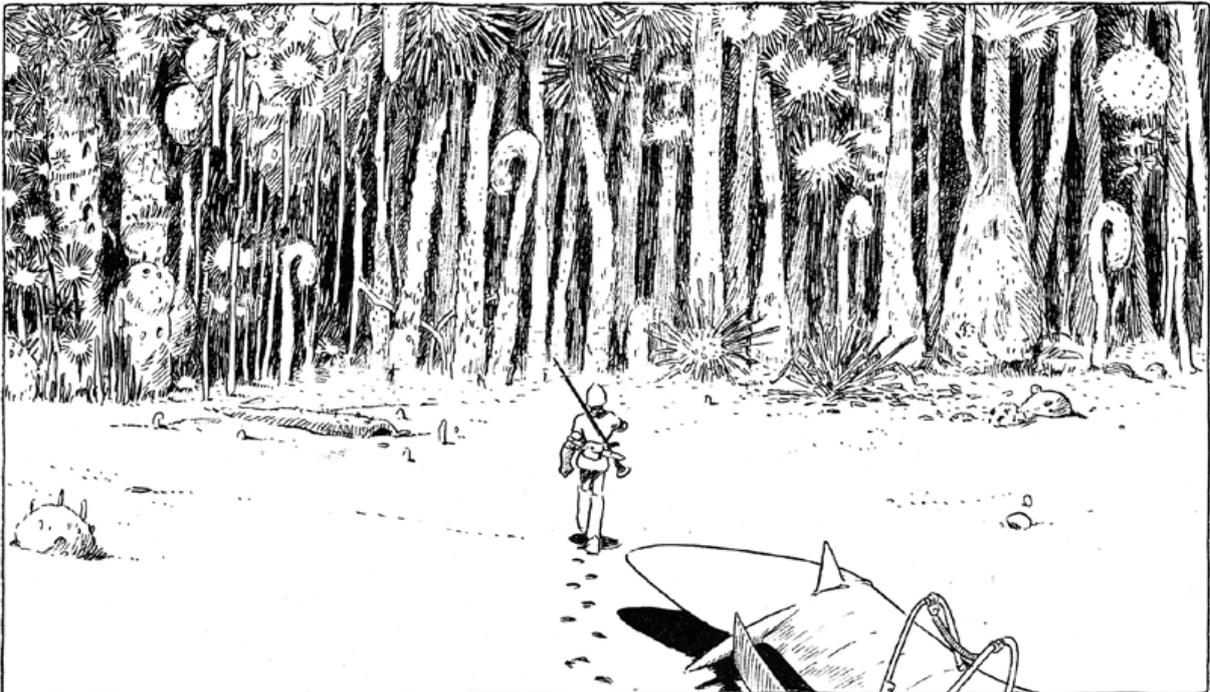
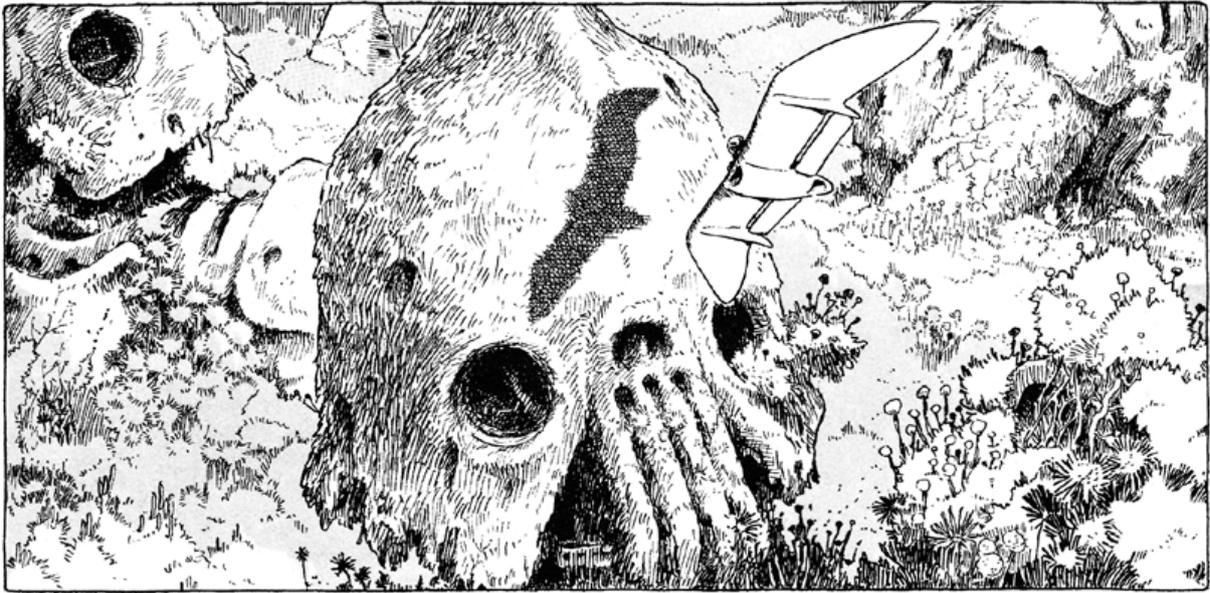
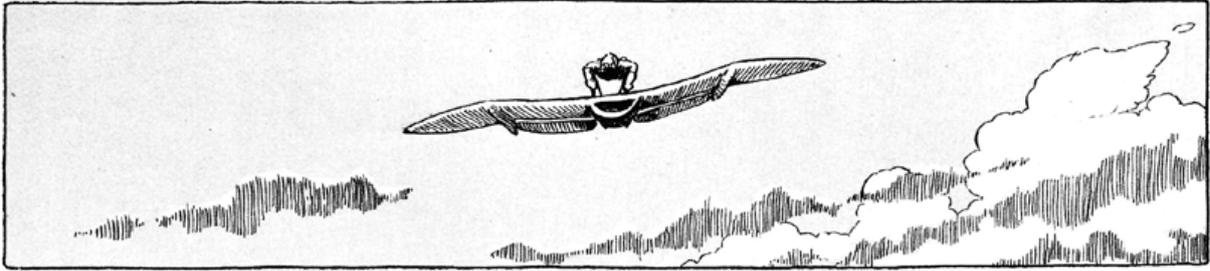
La temática fantástica plantea muchas cuestiones de interés en torno a la retroalimentación que se establece entre la ciencia-ficción americana - con las aportaciones de los clásicos de cine y novela del siglo XX - y la propia tradición del género en el manga y anime japoneses. *“Representan típicamente esas cuestiones y ansiedades sobre un fondo peculiar, que utiliza simultáneamente las tradiciones medievales japonesas, junto con estilos ciberpunk norteamericanos y una imaginería étnica y cultural mixta (del tipo visto en Blade Runner), que nunca evoca a una cultura humana concreta”*<sup>144</sup>.

La Ciencia-Ficción ha adquirido en todo el mundo una dimensión universal. A pesar de la aparente dicotomía que se establece entre la enorme diversidad de enfoques que pueden condensar estas historias y la necesaria revisión de determinados clichés y referentes visuales y narrativos propios de la temática, el manga de ciencia-ficción goza de un gran reconocimiento internacional. Su éxito radica en la capacidad para conjugar con acierto esa trascendencia universal - más acentuada que en otras temáticas sujetas a los localismos y peculiaridades culturales niponas - y por conservar, no obstante, un sustrato plenamente japonés que, como sucede con el manga en general,

le otorga un carácter genuino y diferenciador.

Aunque la gran diversificación del manga en diferentes sub-categorías - que en el presente capítulo se han tipificado desde un triple enfoque en temas, géneros y temáticas - responde a una necesidad histórica del cómic en Japón desde la resolución de la II Guerra Mundial y a una adaptación comercial del medio en su afán por alcanzar a un público potencial cada vez más amplio, esta pluralidad ha terminado con constituirse en una de las características más definitorias del manga contemporáneo. Contrariamente a lo que pudiese parecer tras una primera aproximación, dada esta enorme amalgama de géneros y temáticas, así como su distribución social por sexos, edades e intereses culturales, la variedad del manga es una de las características que lo singulariza frente a otros productos extranjeros de similar naturaleza, pero de diferente enfoque.

<sup>144</sup> TELOTTE, J.P. Op. cit. p. 135.







anime

## anime

Resulta del todo imposible intentar realizar una aproximación al tebeo japonés sin tener en cuenta la repercusión e influencia del *anime*<sup>1</sup>. Esta sentencia se ha puesto de manifiesto reiteradamente y con anterioridad a lo largo del presente estudio. Ambos medios se retroalimentan, se nutren formal, narrativa y argumentalmente, y constituyen los dos extremos de un eje en torno al cual se vertebra una importante industria. Japón ostenta, desde hace décadas, el primer puesto como productor de animación del mundo. Los beneficios conjuntos del mercado del anime nacional y las ventas en el extranjero alcanzan cifras astronómicas, que rivalizan con muchos de los sectores empresariales más punteros del país. La simbiosis existente entre el manga y el anime se sustenta en una brillante fórmula creativa

y comercial, cimentada durante más de cuatro décadas de singular convivencia.

Con el presente capítulo no se pretende abordar en modo alguno la totalidad del universo anime, sino tan sólo ofrecer una aproximación sencilla que permita entender el porqué de su cercanía con el manga, y la importancia conjunta de ambos medios en la economía y cultura japonesas. Profundizar en un imaginario tan basto como el del anime exigiría iniciar otra investigación al menos tan extensa y compleja - en cuanto a sus múltiples ramificaciones - como la que nos ocupa. Los párrafos siguientes son un modesto intento por contextualizar el papel del anime en relación con el manga, aunque sea de un modo sintético, y ofrecer una aproximación certera y descriptiva, que permi-

<sup>1</sup> Como se verá con mayor detenimiento a lo largo del presente capítulo, el término anime sirve para designar a la animación realizada en Japón.

<sup>2</sup> MOLINÉ, Alfons. *El Gran Libro de los Manga*. p. 54.

ta arañar la superficie de un medio tan variado, genuino, popular, exitoso e internacional como es el anime.

Tanto en lo referente al mercado global - sensible a la creciente proliferación de las emisiones de anime - como en Japón, indagar sobre los entresijos económicos del manga implica evaluar la importante industria del anime, que desde hace décadas se desarrollan de manera paralela. Esto no significa que los ciudadanos japoneses no perciban el manga y el anime como dos medios netamente diferenciados, pero incluso dentro de las fronteras niponas, los críticos, analistas y aficionados son conscientes de que el anime aporta numerosos elementos de interés al manga contemporáneo; recíprocamente, el anime no existiría en su forma actual si se obviase la convivencia que ambos medios han mantenido desde los años posteriores al fin de la II Guerra Mundial. *“Si bien el lector de cómics occidentales no necesariamente es también un aficionado a la animación, no sucede lo mismo con el lector de manga: quien sea un consumidor de manga, casi inevitablemente será también un consumidor de anime”*<sup>2</sup>.

Al igual que sucede con el manga, el anime ha evolucionado hasta ofertar un abanico de géneros adecuado para cualquier estrato de la población, con independencia de su edad, sexo, posición económica e intereses. Esta flexibilidad temática,

en parte como resultado de su proximidad y convivencia con el relato ilustrado, ha permitido que en Japón la animación se perciba como un medio intergeneracional, desligado del concepto infantil con el que se asocia en los mercados occidentales.

Asimismo, las conexiones que se articulan entre la industria de la animación, el manga, el merchandising y el mercado de los videojuegos constituyen una infalible estructura mercantil, que garantiza la continuidad del anime y favorece su carácter adictivo, responsable en buena medida del gran éxito cosechado en Japón y en el mercado extranjero. *“Viendo cualquier tipo de anime a través de sus muchos géneros, se nos invita a enamorarnos de cualquier género de nuestra elección, y disfrutar de multitud de obras de entre un largo listado de títulos. En cada género hay multitud de ellos. Y cuando uno ya ha visitado los títulos más destacados, todavía existirán miles de manga que exploren el mismo terreno. En eso consiste el poder adictivo del eje manga-anime”*<sup>3</sup>.

Los investigadores no terminan de ponerse de acuerdo acerca del origen de la palabra *anime*. Históricamente se asume que proviene de la voz francesa<sup>4</sup> *animé*. En Japón se emplea genéricamente para designar a cualquier producción cinematográfica o televisiva realizada mediante técnicas animadas, independientemente del procedimiento empleado y del país de

<sup>3</sup> KELTS, Roland. *Japanamerica*. p.116.

<sup>4</sup> MOLINÉ, Alfons. Op. cit. p. 54.

origen de la misma. En un sentido estricto significa animación. Para el espectador extranjero, en cambio, el término *anime* se asocia de modo indisoluble con la animación japonesa. A pesar de que el origen etimológico galo parece certero, en la actualidad el público internacional lo ha adoptado como un apócope del vocablo inglés *animation* (cuya pronunciación en japonés se aproxima a la fórmula *animeshon*), al igual que sucede con otras palabras de moderna implantación.

Una gran parte del mercado del anime surge de la adaptación de las historias de algunos manga homónimos. Este recurso, utilizado desde hace décadas, se sigue empleando en la actualidad. Cada año, cientos de historias de los manga de más éxito entre los lectores son adaptadas para su distribución en cines, su venta en el mercado de dvd o para su visionado en televisión. Una de las grandes ventajas de este maridaje entre ambos medios estriba en que el manga actúa como un estudio de mercado, previo a la realización de una producción animada que puede costar varios millones de euros, ya que su lenta distribución - con periodicidad mensual o semanal - permite evaluar la reacción del público con antelación. Al mismo tiempo, la comercialización de productos y merchandising asociados a la serie de anime, y sus ramificaciones en el mercado juguetero y del videojuego, garantiza unos importantes ingresos para el creador original

de la obra en concepto de regalías y derechos de autor.

Año tras año, los manga más populares de las revistas *shōnen* y *shōjo* son reclutados por las productoras audiovisuales y estudios de televisión, atraídos por las cifras de ventas de las obras en papel. Del mismo modo, la naturaleza narrativa del manga lo aproxima al formato del *story-board*, con sus rápidos relatos, las conexiones de las viñetas, las líneas cinéticas, las expresiones de movimiento o el uso del método cinematográfico. Esto simplifica enormemente el trabajo de adaptación de muchos títulos, al no depender de la adecuación de un guión o del diseño de los personajes de la obra. “El salto al anime tiene sentido al observar la tradición japonesa del manga y las novelas gráficas. Fue una transición sencilla desde las historias ilustradas a la animación”<sup>5</sup>.

En muchos casos, estas adaptaciones animadas constituyen la primera toma de contacto del lector occidental con las historias, las peculiaridades y el metalenguaje del cómic y la animación japonesa. Iniciados a través de las emisiones de anime, numerosos fans europeos y americanos terminan por aficionarse a los relatos ilustrados del manga. En cierto modo, las series y películas de anime sirven para superar los condicionantes previos y las reticencias hacia este tipo de historias, ante la actitud más exigente y activa intrínseca a la lectura de un manga.

<sup>5</sup> GERROW, Robin. *An Anime Explosion: Challenging themes, complex characters make Japanese animation a global phenomenon* [en línea].

Los principales inconvenientes del anime radican en las limitaciones formales y narrativas más severas, deudoras en gran medida de la naturaleza mercantil del medio, que exigen una mayor síntesis y concreción en determinados elementos, al tratarse de un formato mucho más costoso de producir que el manga. Al mismo tiempo, la aplicación de una censura impuesta por restricciones legales o por las propias productoras respecto a determinadas materias impide que los directores de las series animadas y películas puedan abordar ciertos temas con la libertad y laxitud con que se tratan en los manga.

La brillantez y genialidad con que se adapta una obra ilustrada a anime depende por entero del equipo al cargo del proyecto. El nivel de acción, el diseño y carácter de los personajes, y la intriga y profundidad de la trama pueden verse perjudicadas seriamente por un mala adaptación del estudio de animación responsable. Al mismo tiempo, una producción inteligente y bien planificada puede intensificar el dinamismo de un anime, enriqueciendo el relato original del manga en el que se inspira. Los tiempos de desarrollo del anime y el manga juegan a favor del segundo; mientras que el primero debe desenvolver un costoso trabajo de producción en un lapso relativamente breve de tiempo, un manga se va desarrollando, en muchos casos, a lo largo de varios años, lo que contribuye a la coherencia inter-

na de las historias, en detrimento del medio animado.

No se puede juzgar un manga por su adaptación animada, y viceversa. En ocasiones, en el proceso de adecuación al medio audiovisual se modifica el argumento, no se respeta la cronología reflejada en el manga, se suprimen algunos personajes secundarios o se crean otros nuevos que sirvan a la historia, y se pierden detalles importantes que, de otro modo, ralentizarían la narración en el anime. Al ser el medio animado un soporte mucho más dinámico, a menudo se prescinde de los largos *flashbacks*, tan habituales en algunas historias de manga, así como de cualquier otro elemento que contribuya a pausar en exceso el relato. Un episodio de anime podría condensar fácilmente tres o cuatro capítulos de un manga en apenas veinte minutos de emisión. El anime acelera el desarrollo respecto al segundo, con los beneficios y taras que de ello se deduce. La agilidad narrativa y las grandes escenas de acción compensan, en cierto modo, la revisión más superficial que se hace de algunas obras ilustradas.

Asimismo, también existen multitud de obras de anime originales u otras que, al contrario de la modalidad expuesta anteriormente, terminan por generar proyectos editoriales derivados en forma de novelas y publicaciones de manga. En ocasiones, el desarrollo de una producción televisiva o un largometraje cine-

matográfico de gran éxito puede inspirar nuevas series de manga, ya sea adaptando fielmente el relato original, desarrollándolo en mayor profundidad o incluso transformando completamente la historia del anime, planteando tramas alternativas a los acontecimientos y personajes de la obra animada, y abarcando un arco narrativo genuino e independiente.

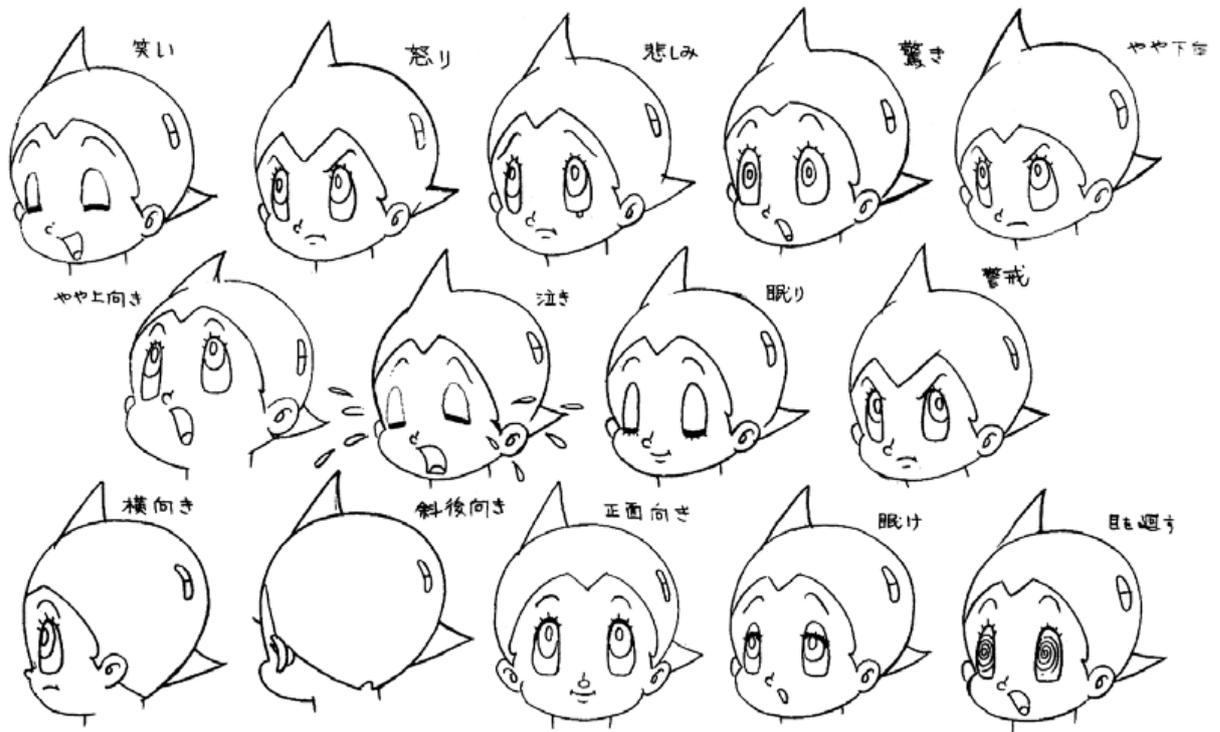
Las series originales de anime suelen ser productos breves, que casi nunca se prolongan en antena durante varias temporadas, o están destinadas a la venta directa en el mercado doméstico de dvd. Asimismo, cada año se estrenan en los cines japoneses un gran número de películas filmadas por estudios de animación a partir de guiones independientes. La necesidad de desarrollar un trabajo de diseño completo partiendo desde cero conlleva un gran volumen de trabajo, la participación de más especialistas y una considerable demora en todo el proceso de producción, lo que repercute de forma notable en el coste final del producto. Algunas series inspiradas en manga, aunque menos elaboradas técnicamente, son un producto más eficaz a nivel comercial. Muchas de ellas constan de cientos de capítulos repartidos a lo largo de varias temporadas, y cuentan con el apoyo de los seguidores y admiradores de los manga en los que se basan. En contraste con algunas producciones clásicas de bajo coste, los títulos de estudios como Production IG o Stu-

dio4C - cuyos productos están dirigidos por igual al mercado nacional y extranjero - presentan un desarrollo técnico magnífico, rivalizando en tecnología y acabados con los mejores largometrajes norteamericanos.

En la década de 1960, la multiplicación en la televisión japonesa de series infantiles estadounidenses, junto a la popularidad adquirida por el anime *Tetsuwan Atom* (*Astroboy*; fig.1) de Osamu Tezuka - inspirado en el manga homónimo del mismo autor - propició un clima favorable para el desarrollo de más producciones animadas niponas. Las series televisivas en blanco y negro y las primeras emisiones de anime en color, apenas unos años más tarde, se convirtieron en el principal entretenimiento para una nueva generación de niños y jóvenes japoneses nacidos en la época del baby-boom.

Durante esos primeros años la industria del anime se regía por el principio de que los dibujos animados eran un producto destinado a un público infantil, a imagen de las producciones estadounidenses. Las historias trazaban un esquema narrativo y de valores sumamente sencillo, inspirado en la eterna lucha del bien contra el mal, y donde el bien - ejemplificado en la figura del héroe - siempre triunfaba.

El principal escollo con el que se encontraban las productoras japonesas para generar nuevas series dirigidas a este incipiente mercado eran los altos costes de



1

ejecución de los proyectos y la imposibilidad de competir económicamente con los estudios norteamericanos. Por ello, la animación japonesa debía ser barata y realizarse con los mínimos elementos. Además, las series animadas recurrían a patrocinadores, anunciantes y fabricantes de juguetes - responsables de las enérgicas campañas de marketing y venta de merchandising - para que asumiesen una parte de los costes de producción. Las empresas japonesas adoptaron estas dos máximas, que garantizaron la supervivencia económica de la industria del anime, y que terminaron por convertirse en características clásicas y definitorias de los principales títulos de este medio.

Las primeras producciones de anime se realizaron con presupuestos tremendamente ajustados, y los estudios optaron por usar un conjunto de técnicas de animación limitada que hoy muchos aficionados identifican con la conjunto de la animación japonesa, y que ya eran utilizadas por sus competidores americanos para las producciones de bajo coste (como sucedía con los estudios Hanna-Barbera en la década de 1960). La reducción de movimientos y la reutilización de planos, así como la animación parcial de los personajes, limitándose a la boca o a los ojos, sin animar el resto de elementos, se convirtieron en algo habitual. Al emplear una animación menos fluida, de movimientos

más toscos y con profusión de imágenes estáticas, se reducían drásticamente los costes de desarrollo de cada capítulo. Algunas de estas características, como la congelación del plano, hoy típica de los títulos más clásicos, contribuían a aumentar el efecto dramático. Conviene recordar que muchos de estos recursos se utilizaron únicamente en productos de bajo coste para televisión, pero la llegada indiscriminada de anime a occidente a lo largo de la década de 1980 propició que mucha gente identificase las características técnicas y formales más limitadas de estas series como sintomáticas del anime en general.

La cadencia de 12 fotogramas por segundo, técnicamente más precaria y empleada en las producciones de bajo presupuesto, se constituyó como un elemento característico del anime japonés. Inicialmente su uso se debía a una cuestión de economía, por la reducción de costes que ello implicaba, pero muy pronto los autores nipones comenzaron a emplear este tipo de animación, más brusca y espartana, dando lugar a una narración rápida, sin modulaciones, muy directa y dinámica. Para Eiko Tanaka, Presidente del estudio de animación Studio4C, estas estrategias fueron adoptadas poco a poco por el anime hasta constituir un recurso gráfico característico difícilmente imitable: "Es como Pinocho mientras anda. En EEUU se dibujan uno tras otro cada uno de los pasos: uno, dos, tres, y así hasta cinco. Pero aquí no

lo dibujamos por completo. La animación japonesa se desarrolló de este modo especial. No se trata sólo de que no tuviésemos dinero. Japón siempre está tratando de hacer las cosas más rápido con menos recursos. Es una visión estética, no económica. Somos más eficientes"<sup>6</sup>.

Gran parte del éxito del anime radica, precisamente, en las dos premisas apuntadas por Eiko Tanaka: la creatividad de los responsables de los proyectos y la economía de medios, para ofrecer resultados de idéntica pericia técnica a la de sus rivales. "Es muy duro competir con Hollywood. Japón tiene una gran tradición cinematográfica con Kurosawa y Oshima, ambos maestros de reconocimiento mundial. Pero pertenecen al pasado. En la década de 1960, a medida que Hollywood comenzó a despuntar, la industria cinematográfica japonesa comenzó a perder terreno al no poder competir económicamente. Muchos creadores con talento que habrían acabado de forma natural en el negocio del cine se insertaron en la industria del anime, porque es mucho más barata de producir, y había suficiente trabajo para el mercado televisivo"<sup>7</sup>. La valía cinematográfica de muchos de estos jóvenes autores condujo al anime a una etapa dorada, con el estreno de cientos de producciones simultáneas de gran calidad, que abordaban temas complejos, de gran variedad e intelectualmente estimulantes, a menudo obviados en las producciones

<sup>6</sup> TANAKA, Eiko; en: KELTS, Roland. Op. cit. p.213.

<sup>7</sup> NAPIER, Susan; en: GERROW, Robin. Op. cit.

infantiles. Estos directores noveles, herederos de la voluntad cinematográfica de Kurosawa y Ozu, encontraron en el anime un medio para canalizar sus inquietudes e intereses - ante la decadencia de la industria del cine de imagen real - concibiendo multitud de nuevas películas y series de televisión, que exploraban un amplio abanico de temas y se dirigían a una amplia mayoría del público adulto japonés.

La abismal diferencia de presupuesto existente entre una gran superproducción estadounidense

se y una película japonesa pone de manifiesto la necesidad de los creadores nipones de buscar estrategias más económicas y visualmente satisfactorias para acometer sus proyectos animados. En el año 1984, el largometraje de anime *Kaze no Tani no Nausicä* (*Nausicä del Valle del Viento*; fig.2), del Director Hayao Miyazaki, contó para su desarrollo con un presupuesto de apenas 400.000 dólares, mientras que otras producciones americanas de aquella época ya superaban los diez millones de dólares de montante. A día de hoy,

2





las grandes películas de animación japonesas pueden llegar a alcanzar cifras muy superiores próximas a los veinte o treinta millones de dólares. Una serie de anime para televisión, realizada con unos medios técnicos más limitados, apenas cuesta una décima parte de este capital. No obstante, el presupuesto de un filme de la multinacional norteamericana Disney o del estudio Dreamworks puede superar fácilmente la cifra de ciento cincuenta millones de dólares.

Hoy en día, autores consagrados como Katsuhiro Ôtomo o Mamoru Oshî, los prometedores Rin Tarô y Satoshi Kon, y en especial los directores del Studio Ghibli (entre los cuales se incluyen los maestros Miyazaki y Takahata, ganador el primero de un Oso de Oro y un Oscar en el año 2002 por el largometraje *Sen to Chihiro no Kamikakushi*<sup>8</sup>; fig.3) desta-

can en el mercado internacional con grandes superproducciones niponas, que no desmerecen técnicamente ni en acabados respecto a los mejores largometrajes animados estadounidenses. En opinión de Susan Napier, *"el anime es un medio en el cual se combinan elementos visuales distintivos con un conjunto de géneros, temáticas y estructuras filosóficas para generar un universo estético único. A menudo este universo es más provocativo, más trágico, y mucho más sexual y contiene líneas narrativas mucho más complejas de lo que sería el caso en la oferta cultural popular americana equivalente"*<sup>9</sup>. Los grandes estudios de animación norteamericanos elogian la calidad de las historias japonesas. John Lasseter, director y creativo de los estudios Pixar de animación ha reconocido públicamente su entusiasmo ante las producciones animadas del

<sup>8</sup> El Viaje de Chihiro



4\_ John A. Lasseter y otros miembros del equipo creativo de Pixar reunidos con Hayao Miyazaki (2009)

Studio Ghibli (fig.4). Al igual que Tezuka absorbió numerosos elementos del cine hollywoodiense que posteriormente empleó en la creación de sus obras maestras del manga y el anime, en la actualidad muchos jóvenes directores norteamericanos intentan emular a estos nuevos ídolos nipones.

A pesar del éxito del manga y el anime, y de la indudable calidad alcanzada por numeroso estudios japoneses, las producciones cinematográficas niponas compiten duramente con los largometrajes realizados en Estados Unidos, que a menudo alcanzan cifras de recaudación muy superiores en el mercado nipón. Las diferencias de taquilla existentes entre las producciones locales y el cine estadounidense no son tan acusadas como en otros países, en buena medida por el altísimo número

de estrenos nacionales que tienen lugar cada año, y por la retroalimentación existente entre anime, manga y merchandising, cuya fórmula ha dado tan buenos resultados comerciales hasta la actualidad.

Una de las pocas excepciones frente al dominio de la industria hollywoodiense son las producciones del Studio Ghibli dirigidas por Hayao Miyazaki, cuyas películas gozan del beneplácito unánime del público y la crítica, logrando cifras multimillonarias de recaudación en Japón. A todo ello se suman los halagos de otros directores y animadores nipones y occidentales (Pixar, Aardman Studios) y numerosos premios de la crítica internacional. En el año de su debut, *Sento Chihiro no Kamikakushi* (*El viaje de Chihiro*, 2001) fue la película con recaudación bruta más alta de la historia del cine

<sup>9</sup> NAPIER, Susan J. *Anime. From Akira to Howl's Moving Castle*. p. 10.



japonés. *Mononoke Hime* (La princesa Mononoke, 1997; fig.5) o *Hauru no Ugoku Shiro* (El Castillo Ambulante, 2004; fig.6) también fueron los filmes más taquilleros de Japón en el año de sus respectivos estrenos. Las últimas producciones dirigidas por Miyazaki se encuentran entre las diez películas más taquilleras de la historia de Japón, junto a otros éxitos internacionales como *Titanic* de James Cameron, o las sagas cinematográficas de *Star Wars* y *Harry Potter*.

Para algunos analistas, la diferencia fundamental entre el anime japonés y la animación americana estriba en que es el artista quien está a cargo del proyecto, y no el productor<sup>10</sup>. A pesar de la importante labor de este último en todo el proceso de desarro-

llo de un largometraje animado, la labor del productor se aproxima más al trabajo de coordinación que desempeña un editor responsable de la supervisión de un manga. Es evidente que interviene en la financiación y organización económica de las series y películas, pero también ejerce como consejero y colaborador del director en el proceso creativo. En los proyectos más comerciales, desarrollados con un presupuesto menor y con una finalidad más mercantil, el papel de los creativos decae en comparación con otras producciones de mayor calidad, dirigidas a un público más selecto del mercado extranjero o para su exhibición en salas de cine, donde el director arrastra gran parte de la responsabilidad de la idea. El éxito o el fracaso de una produc-

5

<sup>10</sup> KELTS, Roland. Op. cit. p.61.



- 6 ción se le atribuye al responsable del mismo, que suele ser, en último extremo, el artista a cargo de cada proyecto.

Asimismo, numerosos críticos y estudiosos coinciden al afirmar la existencia de un diseño genuino y un lenguaje propio del anime, del mismo modo que el manga presenta unas características que lo singularizan en comparación con otros cómics occidentales. “Los japoneses se sienten orgullosos de su singular modo de ver las cosas, que el artista Murakami redefinió como el estilo *super-flat*, caracterizado por la ausencia de las nociones de tres dimensiones y perspectiva empleadas habitualmente en occidente. A pesar del DGI o la animación 3D, en Japón se sigue incidiendo, mayoritariamente, en

las superficies planas. (...) Los japoneses se acostumbraron a hacer más con menos. Obtener resultados que no desmerezcan respecto a otras naciones, pero con menos recursos”<sup>11</sup>. La importancia del trazo, la línea y el plano son atributos formales característicos del manga, deudor en muchos aspectos de la pintura y los *hanga* de la Era Tokugawa (fig.7). Aunque muchos estudios cuentan con la más moderna tecnología en CGI, son muy escasas las producciones japonesas realizadas por entero en 3D. En cambio, en Estados Unidos este tipo de largometrajes han monopolizado la industria de la animación durante la última década. A pesar de los avances técnicos experimentados, el anime siempre ha privilegiado una representación en dos

<sup>11</sup> Ibid. p.61-62.

dimensiones de la realidad. El espacio de los anime, antes que volumétrico, se entiende como una imbricación de planos.

Muchos de los personajes y escenarios retratados en el anime, al igual que en el manga, no aluden directamente a un imaginario tradicional japonés. Sin embargo, son muchos los aficionados que identifican un estilo característico del anime que no remite a códigos nacionales reconocibles, sino a un metalenguaje común presente en las diferentes historias. "Aun cuando el anime posee un estilo visual propio, un componente de este estilo es la ausencia de elementos distintivos de carácter nacional, racial o incluso de género en los personajes. Estos casi nunca tienen rasgos faciales característicos de los japoneses, o de ninguna otra nacionalidad"<sup>12</sup>. El éxito de algunos productos japoneses radica precisamente en su capacidad para apelar a un público global, sin rasgos nacionales distintivos que los singularicen en exceso. De este modo, aunque puedan resultar ambiguamente internacionales y a la vez atractivos para un estrato más amplio de la población, conservan un trasfondo netamente japonés, arraigado en su milenaria tradición visual.

En la actualidad, las mayores empresas de animación japonesas, tanto por volumen de productos como por beneficios económicos son las gigantescas TMS, Toei y Sunrise. La estructura empresarial de estos tres



grupos audiovisuales responde al esquema clásico de una gran compañía japonesa: potente y muy consolidada, pero excesivamente jerarquizada y poco flexible. Su gran potencial económico y empresarial entra en conflicto con el inmovilismo

<sup>12</sup> Tsukioka Yoshitoshi, "Minamoto no Yorimitsu asesinando a la monstruosa araña de tierra" (1892).

<sup>12</sup> GERROW, Robin. Op. cit.

intrínseco a cualquier gran corporación nipona, incapaz de adaptarse a las nuevas exigencias del mercado. A pesar de que algunos de los títulos ofertados por estas compañías gozan de buena aceptación tanto en la televisión japonesa como a nivel internacional, su táctica comercial es propia de una gran marca generalista. La mayoría de los productos, de bajo presupuesto y pobre acabado, responden a una estrategia puramente comercial, con pocas concesiones a la creatividad y marginando a otras producciones más originales pero de menor atractivo y popularidad en el mercado.

su dinámica empresarial y su enfoque exclusivo en proyectos cinematográficos se ubica en una categoría diferente. El Studio Ghibli goza de un reconocimiento internacional sin parangón, a la par que otros grandes estudios de animación como Pixar o Aarman, y muchos de sus filmes son considerados obras de culto. Además, su reducido tamaño, en comparación con otras empresas del medio, y su política de estrenos - dedicado casi por entero al mercado para cines y que raramente simultanea más de dos proyectos - lo sitúan en una órbita empresarial completamente diferente.

Muchos analistas especializados en anime coinciden en señalar a Gonzo Digimation (DGH - Gonzo Digimation Holding), Production IG, y Studio4C como los grandes renovadores de la animación japonesa en la última década. Los críticos han destacado la calidad de las producciones - tanto a nivel de acabados como por la solidez argumental de la mayoría de sus obras - y el interés despertado a nivel internacional con sus propuestas. Estas tres empresas deberán afrontar los retos y desafíos de este medio en el futuro, ofreciendo alternativas a la crisis de creatividad que arrastra la industria del anime desde mediados de la década de 1990, y plantear nuevas estrategias de mercado en Japón y en Occidente.

En este grupo de productoras podría inscribirse, además, el pequeño Studio Ghibli, que por

De acuerdo a un estudio llevado a cabo por Mizuho Securities<sup>13</sup>, las empresas pertenecientes a la industria japonesa del anime se agrupan en cuatro segmentos diferentes atendiendo a su estilo de gestión empresarial y a su política de expansión dentro de los mercados nacional y extranjero<sup>14</sup>:

- 1 Empresas que se centran en su expansión en el mercado interno y producción externa: TMS, Sunrise, Shinei Movie, Nippon Animation, Pierrot, Madhouse.
- 2 Empresas dirigidas a una expansión internacional muy agresiva y producción externa: Toei (fig.8), Shôgakukan.
- 3 Empresas enfocadas a su expansión en el mercado interno y producción autónoma: GDH, Studio4C.

<sup>13</sup> Perteneciente al Grupo Mizuho Financial Groups.

<sup>14</sup> KELTS, Roland. Op. cit. p.194.

4 Empresas centradas en una agresiva expansión en el extranjero y con producción autónoma propia: Production IG, Studio Ghibli.

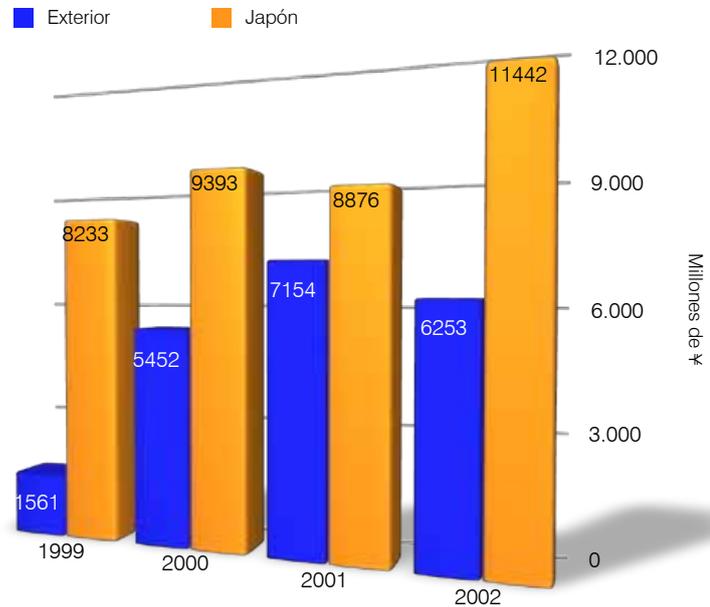
En la última década, la industria del anime está experimentando un período de crisis, cuyas raíces podrían extrapolarse parcialmente al mercado editorial del manga. Los animadores y directores más veteranos, que gozaban del respeto y admiración del *establishment*, están envejeciendo y retirándose paulatinamente. Es cierto que una nueva generación de directores de gran valía sigue su estela, pero todavía resulta difícil predecir como evolucionará el mercado. “Mamoru Oshii, director de *Ghost in the Shell* (1995; fig.9), afirmó al respecto: *ahora que los pioneros del anime han muerto, este morirá con ellos*. Para Oshii, la historia del anime ha durado demasiado”<sup>15</sup>. Muchas de las grandes superproducciones de anime todavía se apoyan en el estatus de estos grandes directores, considerados tesoros nacionales, para garantizar unos buenos resultados económicos en las taquillas. Cada vez se les exige más a los jóvenes creadores; se les pide que emulen a los directores de décadas pasadas, pero con una calidad y recursos contemporáneos, y que sean capaces de competir tanto en un mercado nacional sobresaturado, como en el ámbito internacional. “En una tierra donde este arte tiene cuarenta años, la creatividad lo es todo”<sup>16</sup>.

El aprendizaje de un animador es similar al de un *mangaka*. A menudo requiere un período formativo duro y muy costoso, y el éxito no está asegurado. Mucha gente prefiere renunciar a estos medios más creativos y buscar una remuneración rápida en otros sectores profesionales más convencionales. Se produce un progresivo éxodo hacia otros medios como la industria del videojuego, por la dificultad de obtener una recompensa económica razonable a cambio de un trabajo muy duro y que exige una gran dedicación. La renovación generacional está asegurada, pero no existen garantías de que se mantenga el nivel y calidad esgrimidos hasta ahora. “Actualmente, las principales productoras desarrollan y comercializan títulos como *Yu-Gi-Oh!* y *Pokemon* por sí mismos, y los beneficios resultantes van directamente a los bolsillos de la empresa. Los grandes estudios demandan productos superventas a sus creativos, pero los artistas y guionistas tienen unos sueldos ridículamente bajos”<sup>17</sup>.

En ocasiones, algunos autores recurren a nuevas herramientas de CGI y modernos programas de animación 3D, en un intento por alcanzar a sus competidores americanos, y tratan de seducir al público únicamente por lo asombroso de la técnica, en claro detrimento del trasfondo de las historias. “No veo muchas caras jóvenes en la animación trabajando con el método tradicional (...) Y mi mayor preocupación es

<sup>15</sup> ANNO, Hideaki; en: KIMATA, Fuyu. “What the Avantgardes Men Have to Say: Anno Hideaki vs. Ikuhara Kunihiro” [en línea]. *Newtype Magazine*.

<sup>16</sup> KELTS, Roland. Op. cit. p.73.



8\_Ingresos de Toei Animation por ventas de anime en Japón y en el extranjero (1999-2002).

que, antes de que el anime termine de despegar en el resto del mundo, haya muerto la industria nacional<sup>17</sup>. A parte de competir en un mercado interno repleto de nuevas producciones de anime, las empresas japonesas aspiran a consolidar su posición en los mercados occidentales como vía para su crecimiento económico. Aunque los beneficios de la industria del anime en los últimos años han experimentado un incremento satisfactorio, el porcentaje correspondiente al sector internacional es cada vez mayor. Algunas productoras,

con grandes expectativas en el mercado extranjero, empiezan a desarrollar productos intentando seducir al consumidor occidental. Para ello plantean series de anime de temática y resolución formal atractivas para este tipo de espectador desde los primeros estadios de producción. Por desgracia, la percepción que se tiene de los gustos del público extranjero parece limitarse a los consabidos clichés visuales y las tramas estereotipadas, cuando en realidad es el producto genuinamente japonés, sin filtro de ningún tipo, el que busca con

<sup>17</sup> MACIAS, Patrick y MACHIYAMA, Tomohiro. *Cruising the Anime City. An Otaku Guide to Neo Tokyo*. p. 20.

<sup>18</sup> ARIAS, Michael; en: KELTS, Roland. Op. cit. p.65.

ahínco el aficionado europeo y americano. En los últimos años han aumentado enormemente las exportaciones de manga y anime hacia el mercado extranjero. Los empresarios japoneses empiezan a ser conscientes del importante negocio que ambos medios constituyen en el ámbito internacional. Esta percepción puede desembocar en una censura autoimpuesta, en favor de aquellos productos más comerciales que parezcan garantizar las ganancias, y en detrimento de otros proyectos más marginales dirigidos a un público selectivo.

En opinión de algunos investigadores y directivos responsables de los estudios de animación, la crisis de la industria del anime no se debe a un déficit de creatividad, sino a una falta de inversión económica. Desde la década de 1990, el mercado estadounidense de manga y anime ha experi-

mentado un crecimiento espectacular, sin necesidad de recurrir a grandes campañas de marketing y publicidad, sino gracias al boca a boca entre los aficionados. Esta nueva generación de lectores constituye un entramado social en el que la información relativa a los manga y los anime de su interés se multiplica a gran velocidad. En el mercado europeo el anime había gozado de una buena acogida a comienzos de la década de 1980, pero la discontinuidad de las distribuidoras y la baja calidad de algunos productos habían provocado un colapso en las ventas a lo largo de la década siguiente. En la actualidad, los antiguos seguidores han recuperado el interés, y el manga y el anime han seducido a una nueva generación de jóvenes aficionados.

世界同時公開決定

この秋、このアニメが  
映画を進化させる!!



*People love machines in 2029 A.D.*

*"Who are you? Who slips into my robot body and whispers to my ghost?"*

# GHOSH IN THE SHELL

## 攻殻機動隊

原作: 士郎正宗 (講談社「週刊ヤングマガジン」掲載)

監督: 押井 守

製作: 宮原明夫 遠辺繁 ANDY FRAM

脚本: 伊藤和典 絵コンテ: 押井守 演出: 西久保純彦 キャラクターデザイン: 作原信之 作画監督: 沖浦啓之 作画監督: 高城和雄 音楽: 川井憲次  
アニメーション制作: フロタクション1.0 音楽制作: MGCレクター

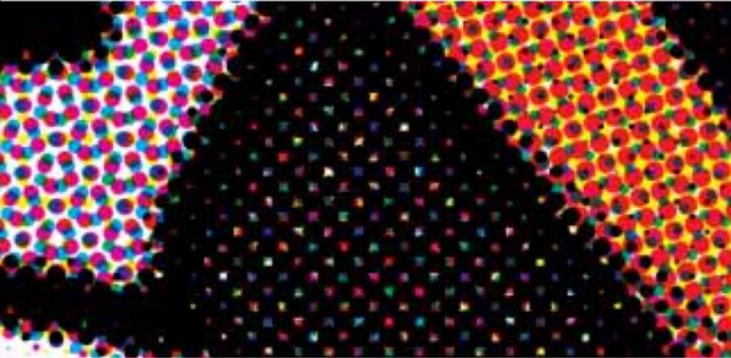
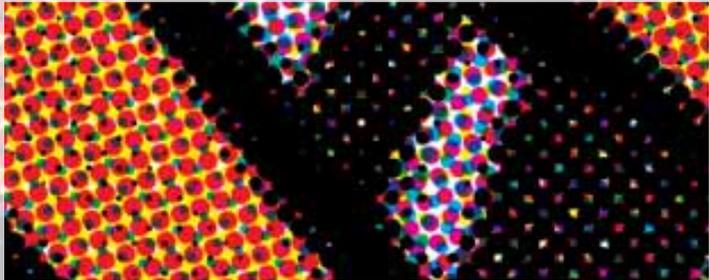
製作: 講談社・バンダイビジュアル・MANGA ENTERTAINMENT 配給: 松竹 守

©1995 士郎正宗 講談社・バンダイビジュアル・MANGA ENTERTAINMENT





mercado



## mercado

### EVOLUCIÓN DEL MERCADO JAPONÉS: FUNCIONAMIENTO Y TENDENCIAS.

En la actualidad, Japón es uno de los países más avanzados del planeta a nivel tecnológico, la segunda economía del mundo en términos de PIB y la tercera en términos de paridad de compra<sup>1</sup>. A pesar de la crisis económica que arrastra por un modelo empresarial deficitario desde la década de 1990, no sólo pertenece al elitista grupo de países del G8, sino que posee uno de los sistemas sanitarios más eficaces del planeta, una industria potente y de gran presencia internacional, es cuna del principal grupo automovilístico mundial, y rivaliza a nivel cultural y por desarrollo socio-económico con las principales potencias occidentales. Esta privilegiada posición es

doblemente meritoria si se tiene en cuenta que se recuperó en apenas unas décadas de una ignominiosa derrota a manos de las fuerzas aliadas en la II Guerra Mundial, y sabiéndose la única nación del mundo que ha sufrido el impacto - físico y emocional - de dos bombas atómicas. Más aun, a mediados del siglo XIX, mientras los países occidentales se encontraban sumidos de lleno en la vorágine de desarrollo industrial y tecnológico, a ojos de estas mismas potencias Japón era un país rural y poco desarrollado, fruto de siglos de aislamiento con el mundo exterior, con una sociedad y un gobierno militar típicamente feudal, a semejanza de las naciones europeas de siglos anteriores.

A medida que la sociedad nipona entró en contacto con las modernas potencias occiden-

<sup>1</sup> La mayoría de analistas estiman que a mediados del año 2010, China arrebatará oficialmente a Japón el puesto que ostentaba como segunda economía del planeta, a tenor de los datos de crecimiento económico del bienio 2008-2009.

tales y se empapó de los novedosos avances científicos y tecnológicos de la época, Japón se transformó a una velocidad vertiginosa en un país plenamente industrializado. “Incluso antes de la apertura de Japón hacia Occidente, la estructura socioeconómica del país podía describirse como protocapitalista. Esta y otras características ponían de manifiesto que Japón era un país moderno *avant la lettre*<sup>2</sup>, aun cuando albergaba aspectos generalizados y ampliamente reconocidos de una sociedad feudal”<sup>3</sup>.

La revolución burguesa que había sentado los cimientos de una sociedad moderna en los países europeos, no tuvo lugar, como tal, en Japón: no bajo la forma de un enfrentamiento enconado entre la clase burguesa y la nobleza. Los mercaderes y comerciantes, convertidos en una nueva élite económica, encontraron su espacio al margen de la aristocracia de la espada, iniciando su propia revolución silenciosa. La gran estructura comercial nacida a la sombra del desarrollo social y cultural de las grandes ciudades durante el período Edo, sentó las bases de una economía plenamente moderna, que experimentaría un rápido crecimiento en las décadas posteriores a la caída del Bakufu y tras la Restauración de Meiji.

Después de la II Guerra Mundial, la rápida recuperación y desarrollo de Japón a pesar de las enormes pérdidas personales y económicas, constató la gran



capacidad de trabajo de un pueblo y un país que rinde culto al esfuerzo.

En 1951, tras un período de seis años dirigiendo el Gobierno de Ocupación estadounidense en Japón, el general Douglas MacArthur (fig.1) abandonó su puesto al frente de este organismo debido a las serias discrepancias que mantenía respecto a la política militar estadounidense en Corea y China bajo el mandato del presidente Truman. Despedido como un héroe por el pueblo japonés, una desafortunada analogía consiguió disipar en apenas unas horas el respeto y admiración que se había ganado por parte este, en los años posteriores a la Guerra del Pacífico. MacArthur, en el curso de una comparecencia en el Senado para dar cuenta de la gestión

<sup>2</sup> Adelantado a su tiempo.

<sup>3</sup> CALZA, Gian Carlo. “Visions of the Floating World”. *Ukiyo-e*. pag. 8.

y actuaciones llevadas a cabo a lo largo de esos seis años, calificó al pueblo japonés como “niños de doce años”. Es muy probable que su intención, lejos de intentar ofender a la sociedad nipona, fuese la de ejemplificar el singular carácter del pueblo japonés, deseoso de aprender cosas nuevas y entusiasta ante las originales posibilidades y descubrimientos, abierto a modelos inéditos, frente a la mentalidad más hermética del pueblo alemán. “La expresión usada por MacArthur fue reveladora acerca de cómo Occidente considera al pueblo nipón: aniñados, inmaduros, como adolescentes dependientes de un paternalista y vigilante Estados Unidos”<sup>4</sup>.

En cierto modo, la afirmación del General no dejaba de reflejar una constante que durante siglos, a pesar de los sucesivos gobiernos y revoluciones militares, se había mantenido como actitud perenne de la sociedad japonesa: la sumisión y ciega obediencia a la autoridad y al régimen imperante en cada época. A lo largo de muchos siglos el pueblo japonés acató rigurosamente las órdenes de los monarcas y gobernantes, sin episodios destacables de sublevación o rebeldía, exceptuando la Revolución de Meiji en 1868. Tras años de un régimen fuertemente militarizado e imperialista, la llegada de un gobierno de transición estadounidense, más allá de la ampliación de libertades y redefinición del modelo social a semejanza del estilo de vida americano, no supuso un

cambio real de actitud, sino tan sólo de jefatura. El pueblo nipón seguía aceptando, sin resistencia, las órdenes dadas por sus superiores.

Hasta mediados del año 2009, esta afirmación parecía ser extensible a los sucesivos Gobiernos democráticos formados desde la posguerra y nacidos al amparo de la Constitución de la Paz de 1947. En las elecciones nacionales japonesas celebradas el 30 de agosto del año 2009, el Partido Democrático de Japón (PDJ) obtuvo la mayoría absoluta en el Parlamento nipón, tras cincuenta y cuatro años de mandato del Partido Liberal Democrático (PLD) prácticamente ininterrumpidos y sin alternancia en el gobierno excepto por un breve período a mediados de la década de 1990<sup>5</sup>. Hasta esta fecha, las sucesivas elecciones se habían caracterizado por la baja participación e indiferencia de los votantes. Muy pocos japoneses parecían sentir verdadero interés por la política nacional. La victoria del PDJ es, probablemente, el mayor cambio político en Japón desde el fin de la II Guerra Mundial, y escenifica un punto de inflexión histórico y un profundo cambio en la mentalidad de la sociedad nipona, alejada de las actitudes y creencias de las generaciones más veteranas, menos afín a las políticas estadounidenses y preocupada por los malos resultados en la economía japonesa y las elevadas cifras de paro. El aplastante triunfo del Partido Democrático de Japón materializó

<sup>4</sup> GRAVETT, Paul. *Manga. La Era del Nuevo Cómic*. p. 8.

<sup>5</sup> El Partido Liberal Democrático gobernó en Japón desde su creación en el año 1955, con excepción de un período de once meses, entre 1993 y 1994, presididos por un inestable gobierno de coalición entre varios partidos minoritarios.

la conclusión de un período de más de medio siglo de gobiernos conservadores y el ascenso del primer gobierno progresista desde el socialista Tetsu Katayama en 1948. El 16 de septiembre de 2009, Yukio Hatoyama, líder del PDJ, fue nombrado Primer Ministro de Japón (fig.2). Entre las propuestas de Hatoyama se halla una profunda reforma de la burocracia nipona y el sistema de prestaciones sociales, así como una revisión de las relaciones bilaterales con Estados Unidos.

Con la llegada de los años sesenta las grandes potencias económicas capitalistas iniciaron un claro proceso de deceleración económica. Frente a esta tendencia, la poderosa evolución del mercado japonés provocó un repentino cambio de actitud en las naciones occidentales que, hasta entonces, consideraban a Japón como un mercado emergente, débil y al amparo de los EEUU. En pocos años la industria nipona sorprendió al panorama internacional con unos avances tecnológicos alejados de los tópicos de la copia y baja calidad esgrimidos en años anteriores. La electrónica y el mercado automovilístico japonés experimentaron un gran desarrollo, acortando drásticamente la distancia tecnológica con los Estados Unidos.

Una nueva ola de japonismo, al margen de innovaciones estéticas y ligado al desarrollo económico y al crecimiento industrial, recorrió Europa y Estados Uni-

dos. Las naciones occidentales capitalistas observaban expectantes y envidiosas el rápido desarrollo de esta nueva superpotencia, que en apenas dos décadas había conseguido superar la derrota en la II Guerra Mundial, los años de dominación estadounidense, y el impacto de dos bombas atómicas, convirtiéndose en un modelo para los países desarrollados. "Aquellos adolescentes de los que hablaba MacArthur habían crecido"<sup>6</sup>.

*"Tras la II Guerra Mundial, Japón había sido tan eficazmente adoctrinado en el capitalismo estadounidense que, como ocurre con frecuencia, el conquistado deja atrás al conquistador. De nuevo, la mentalidad insular japonesa demostró ser capaz de absorber el concepto 'extranjero', adaptarlo y mejorarlo, y exportarlo posteriormente al mundo exterior"*.

La crisis de la década de 1990 generó una situación de inestabilidad a la que el hierático e inflexible entramado empresarial nipón no estaba acostumbrado, y donde los valores que la sociedad japonesa había abanderado durante los años de posguerra y del desarrollismo económico ya no tenían validez. Desapareció el concepto japonés del "trabajo para toda la vida", que incluía la pertenencia a una empresa desde la juventud y la garantía de promoción profesional a base de trabajo duro hasta ocupar un puesto de responsabilidad una vez alcanzada la madurez. El modelo económico sufrió mu-

2\_En junio de 2010, apenas 9 meses después de su nombramiento como Primer Ministro, Yukio Hatoyama fue sustituido al frente del Gobierno nipón por Naoto Kan, anterior viceprimer ministro y ministro de finanzas, tras ver como su popularidad mermaba drásticamente.



<sup>6</sup> GRAVETT, Paul. Op. cit. p. 8.

<sup>7</sup> Ibid. p. 10.

taciones que conllevaron a su vez transformaciones sociales y cambios en las estructuras de poder de las grandes empresas. Estas abandonaron la fórmula solemne y hermética que habían utilizado durante décadas, que privilegiaba la antigüedad y fidelidad del empleado frente a las aptitudes estrictamente profesionales.

Hasta entonces la inmensa mayoría de jóvenes japoneses accedían a sus puestos de trabajo desde los últimos años de formación universitaria, casi de manera automática. Muchas empresas buscaban a sus futuros empleados entre los alumnos de determinadas facultades que actuaban como canteras corporativas para la captación de talentos noveles. Para muchos estudiantes entrar a formar parte de las compañías más prestigiosas de Japón constituía la recompensa a muchos años de tesón y esfuerzo en el estudio desde la niñez. Frente a esto, la desintegración de la burbuja económica transformó por completo el panorama de multitud de profesionales que se incorporaban por primera vez al mercado laboral. Tal vez la actual generación de jóvenes y adolescentes japoneses sea la primera que crezca sin el sentimiento de que “todo irá a mejor” que había caracterizado a sus padres y a todas las generaciones desde la II Guerra Mundial.

La crisis también conllevó un aumento del paro, la disminución de puestos de trabajo y oportu-

nidades de empleo para los más jóvenes, quiebras bancarias y la bancarrota en varias empresas. Pero al igual que había sucedido con las generaciones de posguerra, durante estos años también se forjó una nueva generación de creadores que, con valores personales y profesionales completamente diferentes a los de sus padres, contribuyó a forjar una nueva intensidad narrativa. Al igual que las penurias padecidas en los años siguientes a la finalización de la Guerra del Pacífico constituyeron un revulsivo que dinamizó el desarrollo y la creatividad cultural en las décadas de posguerra, la incertidumbre social y económica vivida a raíz de la crisis de los años noventa ha supuesto un cambio de mentalidad en la juventud japonesa, y ha actuado como catalizador para las nuevas generaciones de mangakas y directores de anime.

“En 1991, la era dorada de la animación llegó a su fin. La aparentemente imparable ‘burbuja económica’ japonesa finalmente explotó. En su lugar, se pasó a una sangrante recesión de tres años. Las ventas de juguetes y otros productos coleccionables inspirados en el manga y anime disminuyeron. La publicidad corporativa se desplomó. Los estudios de producción se trasladaron al extranjero. Para los animadores la elección fue muy dura: pasar hambre o encontrar otro trabajo”<sup>8</sup>.

Al igual que la industria japonesa se ha ido adaptando a las trans-

<sup>8</sup> LEONARD, Andrew. “Heads Up, Mickey: Anime may be Japan’s first really big cultural export”.

<sup>9</sup> Gekiga significa, literalmente, “imágenes dramáticas”. El término *gekiga*, acuñado a finales de los años cincuenta por el *mangaka* Yoshihiro Tatsumi y popularizado a lo largo de la década siguiente, sirve para designar una corriente de manga caracterizada por las narraciones descarnadas y de temática adulta, alejadas del matiz cómico asociado al manga infantil.

formaciones del mercado desde finales de la II Guerra Mundial, el manga y anime, cuya naturaleza original es mercantil, también ha fluctuado en función de los cambios y transformaciones sociales, acomodándose a las inquietudes y demandas de cada período. En ese sentido, el funcionamiento de la industria del manga y del anime en Japón se asemeja al esquema tradicional nipón aplicado en las empresas, basado en una sólida jerarquía, en el que los miembros de la misma aspiran a ganar posiciones dentro del organigrama empresarial, con la esperanza de alcanzar la cima.

La imagen que se tenía del manga como cultura en el seno de la sociedad japonesa se transformó rápidamente en las décadas de 1980 y 1990. A finales de los años setenta, el manga vivía un período de esplendor, tanto por la calidad de las publicaciones comerciales, como por la gran variedad de públicos y elevadas cifras de ventas alcanzadas. Muchos jóvenes, nacidos durante la generación del baby-boom de los años sesenta, habían crecido con las publicaciones infantiles de posguerra, o se había iniciado con las narraciones *gekiga*<sup>10</sup> de las décadas siguientes. La institucionalización de las bibliotecas de préstamo ambulantes y la multiplicación de revistas dentro de la oferta oficial de las editoriales consolidó el manga como un medio de difusión masivo y de gran aceptación. No obstante, en muchos círculos sociales todavía se percibía

como un medio destinado a un público exclusivamente infantil o, en el mejor de los casos, como un símbolo de la rebeldía estudiantil de la juventud y universitarios nipones.

El incipiente desarrollo de la cultura otaku<sup>10</sup> a comienzos de la década de 1980 produjo un cambio en la concepción que del manga y anime - y sus consumidores habituales - se tenía por parte de una mayoría conservadora de la sociedad japonesa, que empezaban a ver a ambos medios y a sus fanáticos seguidores como elementos de peligrosidad y delincuencia. Los macabros asesinatos de cuatro niñas pequeñas en la Prefectura de Saitama, cometidos por Tsutomu Miyazaki - conocido como el "Asesino Otaku" por su afición a los manga y anime pornográficos - a finales de esa misma década consolidaron esa visión negativa de los aficionados, identificándolos con obsesos sexuales, individuos asociales y taciturnos, o potenciales asesinos.

No obstante, en los primeros años de la década de 1990, estos valores comenzaron a invertirse de nuevo, a raíz de una agresiva campaña de promoción y regularización iniciada desde diferentes organismos oficiales, asociaciones y grandes grupos empresariales, que veían en el manga un importante instrumento de promoción y difusión cultural, así como un valioso mercado con grandes posibilidades de negocio. "En

<sup>10</sup> La voz japonesa otaku se emplea, en un sentido muy amplio, para designar al aficionado al manga y el anime. Aunque en Japón su significado es más complejo y acarrea un matiz peyorativo, los aficionados occidentales la utilizan con naturalidad, desprovista de cualquier connotación negativa asociada al término original. En el capítulo referente a la influencia social del manga se procederá a su análisis con detenimiento.

general, la regulación de manga fue llevada a cabo por el gobierno y las organizaciones locales, como las ramificaciones en las prefecturas del NAYDS (Asamblea Nacional para el Desarrollo de la Juventud), y grupos comunitarios y colectivos de mujeres dependientes de los organismos y recursos de los gobiernos locales. Sin embargo, la promoción del manga fue orquestada en gran parte a través de organismos gubernamentales nacionales, como el Ministerio de Educación y Asuntos Culturales, institutos culturales nacionales como el Museo de Arte Moderno de Tokio, y la prensa nacional<sup>11</sup>.

Al tiempo que se esforzaban por recuperar la buena imagen del manga, estos organismos establecían una nueva y más férrea regularización de los contenidos, minimizando aquellos títulos o géneros susceptibles de ser considerados marginales o indeseables, y privilegiando a su vez otro tipo de narraciones afines al espíritu nacional. “Entre estas dos campañas gemelas de depreciación y promoción, surgió una nueva definición de ‘buen manga’. De acuerdo a esta clasificación oficial, el medio se bifurcó en dos segmentos virtualmente separados. El manga que no se sujetaba al criterio de ‘cultura nacional’ se criticó duramente, se proscribió y eliminó<sup>12</sup>. Las obras de carácter didáctico y educativo gozaron del beneplácito institucional. En cambio, aquellos manga que se centraban en historias particularmente violentas o que pre-

sentasen elementos de carácter erótico o sexualmente explícitas se desvincularon por completo de las corrientes oficiales. Aunque sólo parcialmente, el manga se había asimilado a la cultura pop contemporánea japonesa, y se reconocía socialmente como un elemento importante de la misma. Las historias eróticas del subgénero lolikon o yaoi, en cambio, se sumergieron - más si cabe - en el mercado subterráneo de las publicaciones dôjinshi y la subcultura otaku. “Aceptar el manga para adultos como parte del patrimonio cultural nacional implicaba que el gobierno reconocía y aceptaba trabajar con ideas políticas y grupos sociales vinculados históricamente al manga para adultos, esto es: relacionados con la izquierda<sup>13</sup>. Esta superior regulación pudo ocasionar un ligero descenso en el número de lectores tradicionales del manga, que observaban sin demasiado interés el intervencionismo gubernamental e institucional en un medio que, hasta entonces, se había caracterizado por su independencia y veraz tratamiento de los temas y gustos populares. Sin embargo, al mismo tiempo se sumaban nuevos lectores, procedentes de los círculos de la sociedad más tradicionales y conservadores, que hasta entonces no habían mostrado ningún interés en este lenguaje, ni por sus contenidos (en ocasiones excesivamente contraculturales y liberales, especialmente en décadas anteriores) ni - sobretodo - por las implicaciones y asociaciones a la baja cultura. El apoyo gubernamental

<sup>11</sup> KINSELLA, Sharon. *Adult Manga: Pro-establishment Pop-culture and New Politics in the 1990's* [en línea].

<sup>12</sup> Ibid.



3

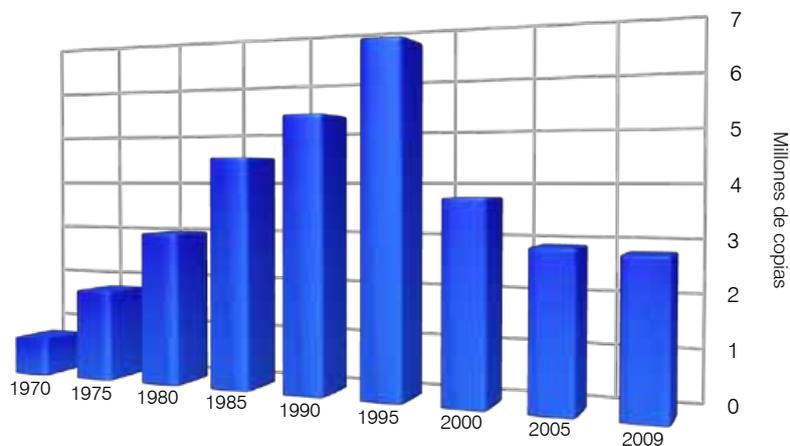
mental al manga como un medio de promoción cultural japonés permitió un cambio en su estatus habitual, dotándolo de un aura más elevada e intelectual. La aparición de nuevos temas de corte político, económico y social favorecieron el acercamiento de lectores más maduros y conservadores, que antaño jamás habrían mostrado interés en este tipo de publicaciones ilustradas.

El manga de temática política, que había gozado de gran aceptación a comienzos de la década de 1970, vivió una segunda edad dorada a raíz de esta nueva campaña oficial para promocionar el manga de calidad. Su estilo realista, con trazos duros e ilustraciones naturalistas, sin estridencias, y el planteamiento argumental maduro, verosímil y bien estructurado satisfizo a este nuevo público, tradicional

y conservador, acostumbrado a una literatura de corte más intelectual. No obstante, frente a las publicaciones de temática política de los años setenta, estas nuevas historias abandonaron los planteamientos contraculturales en favor de una actitud pro-gubernamental.

A mediados de la década de 1990 se produjo un significativo descenso en el número de ventas de ejemplares semanales de revistas manga, especialmente revelador en el caso de algunas publicaciones insignia de las grandes editoriales, pertenecientes al género shōnen, que habían fascinado al mercado editorial internacional al superar la barrera de los seis millones de ejemplares vendidos a comienzos de la década. Más allá de la crisis económica, que por entonces ya había superado los años

■ Ventas anuales de la Weekly Shōnen Jump



más duros de recesión y provocado el desmoronamiento de las industrias y empresas más débiles, este pronunciado descenso podía achacarse a la ausencia de títulos de gran éxito entre el público. *Dragon Ball*, de Akira Toriyama, y *Slam Dunk*, de Takehiko Inoue habían aupado a la Weekly Shōnen Jump (fig.3) por encima de los seis millones de ejemplares semanales, batiendo el récord de ventas en enero de 1995 al alcanzar los 6,53 millones de unidades vendidas (fig.4), unas cifras sin parangón en Japón y a nivel internacional, que nunca volverían a repetirse. La proliferación de nuevas formas de entretenimiento y ocio digital, las videoconsolas, los teléfonos móviles y los canales de difusión alternativos a través de Internet, coincidiendo con la segunda mitad de los años no-

venta, contribuyeron al repentino descenso de ventas de semanarios manga.

“Estadounidenses y otros pueblos tienen una larga historia de descubrimiento y fascinación hacia formas artísticas japonesas moribundas, sin ser conscientes de que están desapareciendo. Era verdad con el ukiyo-e, al igual que con la geishas y otras muchas cosas, e incluso con el sistema de ‘gestión empresarial’ japonés. (...) La estructura industrial ha succionado la vida a muchos manga y obras animadas”<sup>14</sup>. Para Schodt, la rígida estructura empresarial japonesa, poco flexible ante novedades o iniciativas renovadoras y nada adaptativa antes los cambios del mercado nacional y extranjero, es la principal responsable del lánguido estado de la industria

4\_ Evolución de ventas del semanario Shōnen Jump.

<sup>14</sup> SCHODT, Frederik F.; en: KELTS, Roland. Op. cit. p.185.

<sup>15</sup> KELTS, Roland. Op. cit. p.73.

<sup>16</sup> La tasa de fecundidad es el cociente resultante de la división entre el número de nacimientos de un país durante un período de tiempo concreto (normalmente un año) y el número de mujeres en edad fértil. Este índice debe ser superior o igual a 2,1 para garantizar la estabilidad de la población.

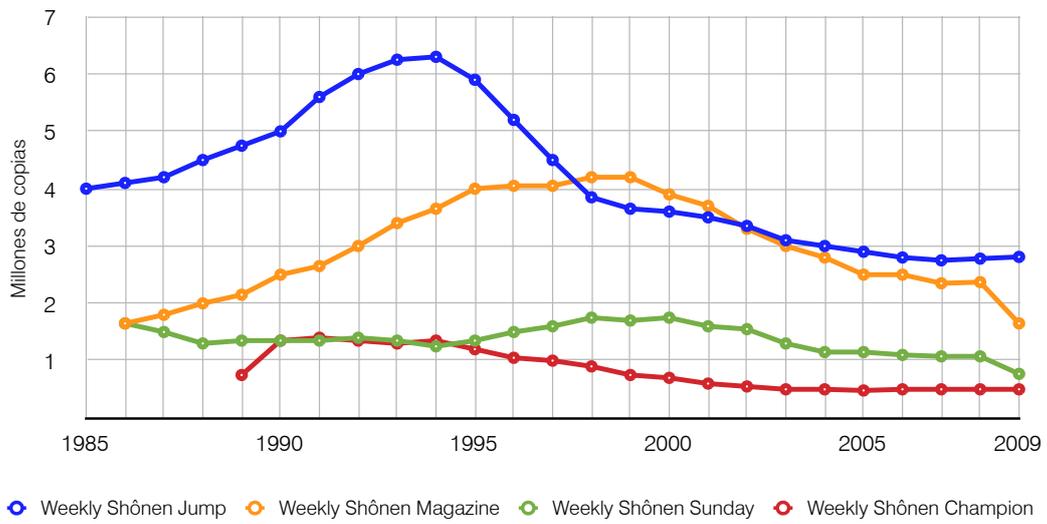
del manga y anime en Japón. Su pesimista perspectiva del futuro del manga y anime, quizás un tanto prematura, encierra no obstante una reveladora verdad acerca de la decadencia del sistema del manga japonés. Durante décadas los grandes grupos editoriales desatendieron las iniciativas innovadoras y las inversiones en el mercado del manga, al igual que otras industrias niponas que parecían creer que la burbuja económica y la era del desarrollismo no tendría fin. Las editoriales descuidaron su estrategia nacional, amparadas por el ininterrumpido crecimiento de ventas desde la década de 1960, y marginaron al mercado extranjero, en el que apenas mostraban interés. A pesar de la silenciosa y progresiva introducción del cómic japonés entre el público occidental, la industria del manga concentraba sus esfuerzos en el saturado mercado insular, sin ser conscientes de que en estos países radicaba el éxito comercial de este producto en el nuevo siglo. “El boom global del manga y anime en el siglo XXI ha cogido a Japón, un país cuya cultura corporativa se jacta de conocer con anterioridad el próximo movimiento, prácticamente por sorpresa”<sup>15</sup>.

No obstante, en los últimos años se ha llevado a cabo una fuerte inversión para cambiar el modelo de producción japonés hacia un sistema que se beneficie de la intensa creatividad de los artistas nipones, a través de la propiedad intelectual. La firme apuesta del gobierno japonés y otros orga-

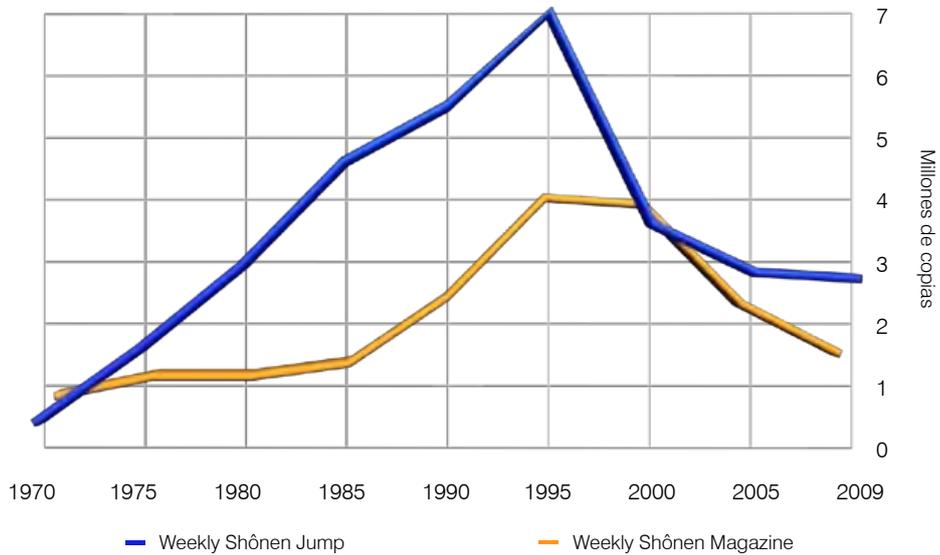
nismos por la defensa y promoción internacional de la cultura pop, de la que el manga constituye una pieza magistral, invita a pensar con más optimismo en una renovación de la industria del manga y en una recuperación del mercado, tal vez no a nivel interno, pero con la vista puesta en el contexto internacional.

En opinión de los analistas, a la crisis económica de los años noventa, la falta de previsión del sector editorial y la ausencia de títulos de éxito que atraigan al público se suma una cuarta causa que no sólo afecta al comercio del manga y anime nipones, sino de un modo grave y profundo a toda la sociedad japonesa. Actualmente, la tasa de fecundidad<sup>16</sup> japonesa es una de las más bajas del mundo, poniendo en entredicho su capacidad, no sólo para sustentar la economía del país, sino para establecer una regeneración social razonable en las próximas décadas. La tasa japonesa se sitúa por debajo de un índice de 1,3, en registros similares a los de otros países como Alemania o Grecia, pero muy lejos del 2,1 necesario para garantizar la estabilidad de la población. Japón no sólo posee uno de los índices de fecundidad más bajos del mundo, sino también una de las mayores esperanzas de vida. La desproporción entre el decreciente número de nacimientos y el progresivo envejecimiento de la población no garantiza a medio plazo la renovación generacional necesaria para la estabilidad social del país.

5\_Evolución de ventas de las principales revistas del género shōnen.



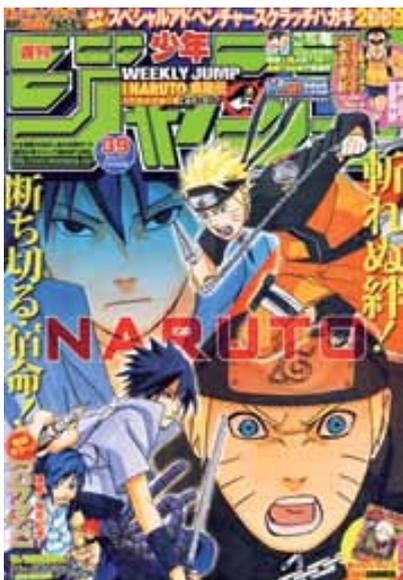
6\_Ventas comparadas de los semanarios Shōnen Jump y Shōnen Magazine.



Desde su nacimiento en 1968, la Weekly Shônen Jump siempre se ha considerado una publicación paradigmática entre los semanarios manga, y sus repuntes de ventas al alza o a la baja son sintomáticos de la evolución puntual del mercado. El descenso de ventas en todo el sector editorial a mediados de los años noventa se encarnó en la debacle de la Shônen Jump, debido a la enorme repercusión socioeconómica que había alcanzado esta publicación a nivel internacional, pero sus principales competidoras, muy próximas en cifras de ventas, acusaban recortes similares a los experimentados por la primera (fig.5). La finalización de las series *Dragon Ball* y *Slam Dunk* precipitó el declive de la publicación, y a comienzos de 1998 las cifras de ventas apenas superaban los cuatro millones de ejemplares, situándose en unos niveles próximos a los registrados en la década de 1980. El número de Año Nuevo de 1998 de la Weekly Shônen Jump vendió 4,15 millones de copias, siendo superada por su principal competidora la Weekly Shônen Magazine por primera vez en 24 años, con 4.45 millones de ejemplares vendidos en la misma fecha. La Weekly Shônen Jump no recuperó su liderazgo hasta el año 2002 (fig.6). Actualmente las cifras de ventas, aunque muy superiores a lo que acostumbra el mercado occidental, se mantienen en unos índices propios de los años setenta, próximos a los tres millones de ejemplares, muy alejados de la mágica cifra alcanzada a

mediados de la última década del siglo pasado. En diciembre de 2008, por primera vez en once años se invirtió la tendencia a la baja y las ventas de la Jump repuntaron tímidamente, pasando de de 2,75 a 2,78 millones de ejemplares vendidos, amparada, en gran medida, por el éxito de *Naruto* (de Masashi Kishimoto), *Bleach* (de Tite Kubo) y *One Piece*, el título estrella de la publicación, del mangaka Eiichirô Oda (fig.7-9).

No obstante, a pesar del significativo descenso de ventas de revistas de manga en el mercado interno japonés desde mediados de la década de 1990, no hay que olvidar la potencia de la industria editorial nipona y su importante papel en el total de la economía insular. A pesar de este descenso de ventas el mercado del cómic en Japón sigue siendo el más importante del mundo, con unas cifras impensables en cualquier país occidental. En la actualidad todavía hay al menos una decena de semanarios manga que alcanzan, en total, unas cifras de ventas próximas a los veinte millones de ejemplares cada semana, a lo que habría que sumar las ventas de revistas mensuales, libros manga y publicaciones anexas, así como formatos alternativos. Las cifras de ventas de cómics totales durante un año en Estados Unidos, el segundo mercado en importancia - no sólo por el volumen de negocio sino por la potente industria nacional - apenas llegan a los cincuenta millones de unidades. El merca-



7

do Japonés, a pesar de las dificultades experimentadas en la última década, con el cierre de publicaciones emblemáticas y la necesaria reestructuración del sistema de mercado, alcanza en apenas una semana las mismas cifras de ventas que el mercado norteamericano en todo un año.

“Aunque han disminuido las ventas de manga en el mercado doméstico, que la creatividad perviva entre la plétora de distracciones visuales disponibles en la actualidad es un testimonio de la naturaleza duradera del medio en Japón. Pilas de manga publicadas semanalmente, visitantes agradecidos en las tiendas de revistas, librerías, manga-café y estaciones de tren, todo ello organizado a través de un complejo espectro de títulos, series y contenidos. Es difícil imaginar un tema que no esté abordado en el manga y anime en Japón”<sup>17</sup>. Además, su presencia no se limita única-



8

mente al mercado editorial y a la animación, sino que trasciende a otros medios, y se emplea en *flyers* y pasquines, publicidad de discotecas, videojuegos, vídeos musicales, desfiles de moda, marcas comerciales, productos de consumo e instituciones culturales.

Varias publicaciones semanales alcanzan cifras de ventas próximas a los tres millones de ejemplares, lo que convierte al mercado editorial del cómic nipón en un fenómeno único sin parangón en el mundo. La población de Japón, próxima a los 125 millones de habitantes equivale aproximadamente a la mitad de todo EEUU y casi triplica a la población española. Los beneficios que generan las ventas de manga son difíciles de cuantificar, dada la diversidad de géneros y las publicaciones tangenciales o al margen del mercado oficial, que no siempre se incluyen en los estudios



9

<sup>17</sup> KELTS, Roland. Op. cit. p.53.

<sup>18</sup> Fuente: Research Institute for Publications, Shuppan shihyo nenpo (2006).

económicos. Algunos analistas cifran las ganancias anuales por ventas de manga en torno a 5.000 millones de dólares, unos beneficios diez veces superiores a los obtenidos por la venta de cómics en toda Europa. En la actualidad, el manga y otros medios asociados como el anime y la industria del videojuego constituyen uno de los sectores de mayor crecimiento exterior. La exportación de cómics, películas de animación y videojuegos nipones se incrementó en un 300% en apenas diez años, entre 1992 y 2002, mientras que otros sectores punteros experimentaron un crecimiento máximo del 15%, inferior incluso en el caso de la automoción o la electrónica, antiguos bastiones económicos japoneses.

Las cifras de ventas de libros y publicaciones periódicas de manga constituyen una parte importante de la industria editorial japonesa. En el año 2005, los libros y revistas de cómics representaban el 22'8% del volumen de ventas por ingresos y un 37'4% de las copias vendidas (fig.10). La evolución experimentada desde mediados de la década de 1990 muestra un cambio en los hábitos de consumo del lector de manga japonés, y se aprecia como frente a la reducción en más de una tercera parte de las cifras de ventas de revistas, aumentó la comercialización de libros y recopilaciones manga (fig.11). Aún así, a pesar de este descenso, en el año 2005 se vendieron más de mil trescientos millones de ejem-

plares de libros o publicaciones periódicas de manga, con unas cifras de ventas superiores a 500 billones de yenes (cinco mil millones de dólares; fig.12-13).<sup>18</sup>

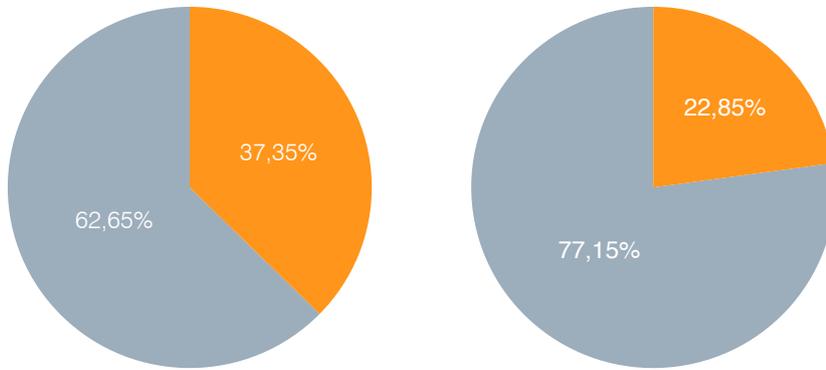
Los principales semanarios, que acaparan los mayores volúmenes de ventas, se inscriben en el género shônen y están dirigidos a un público masculino joven y adolescente. La *Weekly Shônen Jump* o la *Shônen Magazine* pertenecen a este segmento del mercado editorial. Las publicaciones seinen no alcanzan cifras de ventas tan espectaculares como los semanarios shônen, pero muchas publicaciones de este género superan el millón de ejemplares semanales, lo que deja constancia de la importancia económica del manga en este estrato comercial, constituido por un público totalmente adulto.

La serie manga más exitosa y rentable del mercado editorial japonés es *Dragon Ball*, de Akira Toriyama, de la que se han vendido más de 150 millones de ejemplares en Japón desde 1984, y cuyas cifras de ventas totales, incluyendo el mercado internacional, se estiman superiores a los 300 millones de unidades. En la actualidad, *One Piece*, del dibujante Eiichirô Oda, alcanza cifras de ventas espectaculares que podrían superar el récord de *Dragon Ball*, a tenor de la juventud de esta nueva obra, que inició su publicación en la revista *Weekly Shônen Jump* en 1997. Lejos de estas cifras de ventas, pero con resultados igualmente

10\_Libros y revistas. Porcentaje del número de copias y de beneficios por ventas (billones ¥).\*

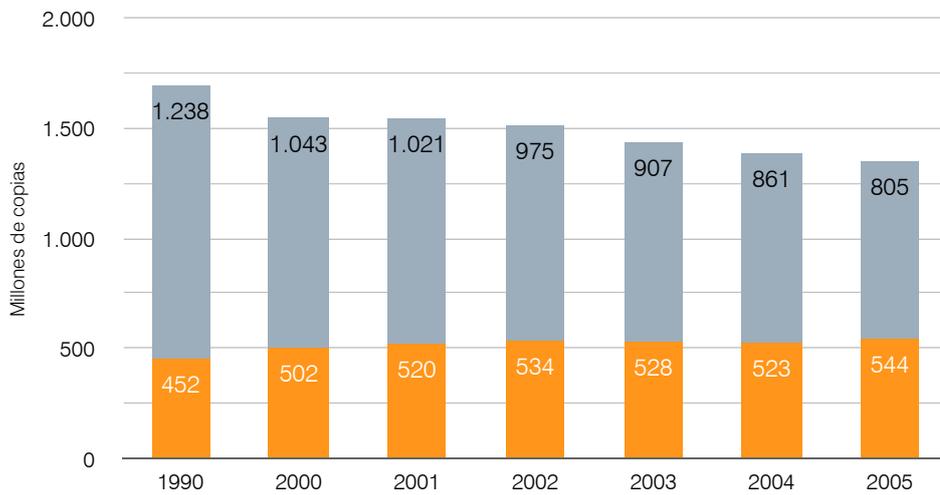
320

- Manga
- Libros y revistas (general)

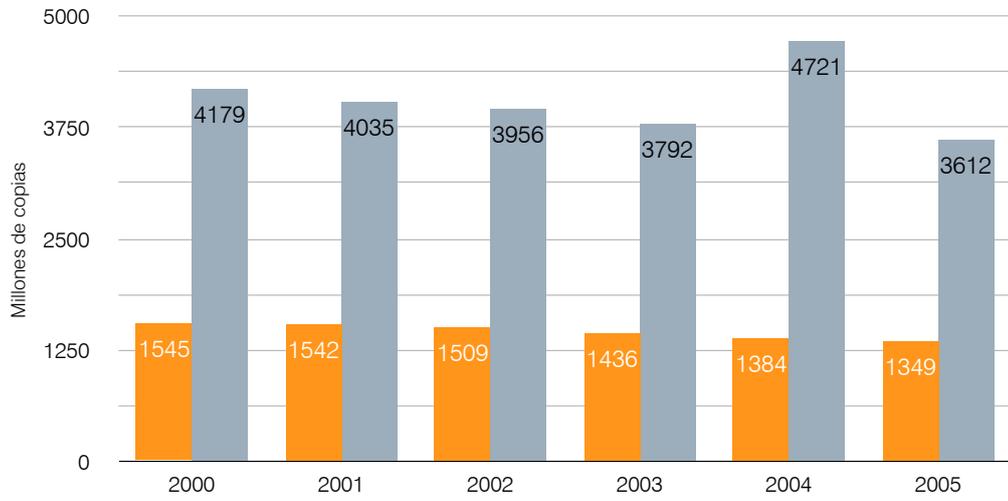


11\_Evolución comparativa de ventas entre libros y recopilaciones de manga, revistas y semanarios.

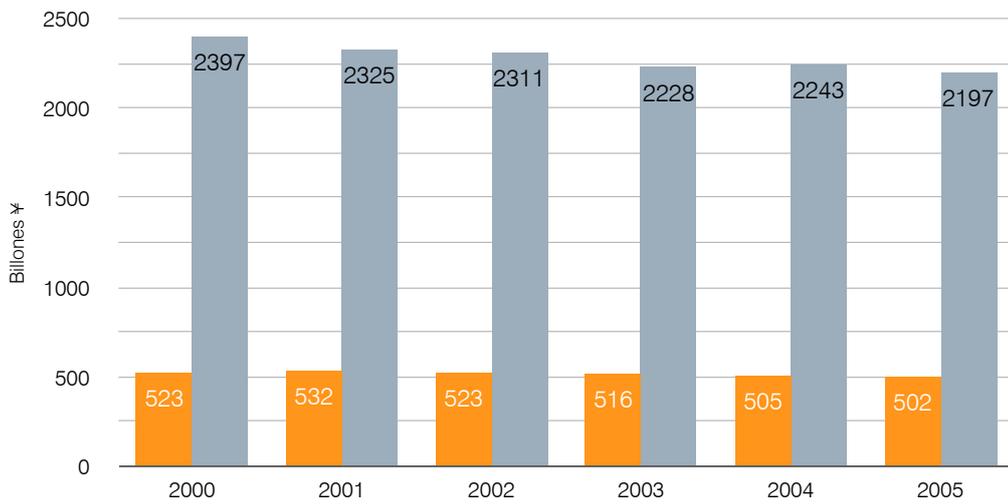
- Revistas Manga
- Libros Manga



\* Fuente: Research Institute for Publications, Shuppan geppo. Enero 2007; y Research Institute for Publications, Shuppan shihyo nenpo; 2006.



■ Manga (parcial)  
■ Libros y revistas (total incluyendo publicaciones manga)



\*\* Fuente: Research Institute for Publications, Shuppan shihyo nenpo; 2006.

espectaculares, se encuentran otras publicaciones como *Naruto*, de Masashi Kishimoto, o la longeva *Kochikame*, de Osamu Akimoto. Todas ellas se publicaron originalmente en las páginas de la Jump.

En la gráfica adjunta (fig.13) se recoge la evolución del mercado atendiendo al número de copias en circulación y a los beneficios obtenidos entre el año 2000 y el 2005 en la industria editorial, computando el total de libros y revistas vendidas, y comparándolo con el número de publicaciones manga (que también se incluyen como parte del montante principal). Aunque no lo reflejan los gráficos, la anualidad de 1995<sup>19</sup> arroja un dato revelador respecto a la situación del mercado a mediados de la década de 1990, con anterioridad a la caída de ventas de los principales semanarios de manga en los años siguientes. En ese año, previo a la cifra récord de 6,53 millones de ejemplares de la revista Weekly Shōnen Jump, se vendieron casi novecientos millones de libros y cerca de cuatro mil millones de revistas, alcanzando unos beneficios totales de 2590 billones de yenes. Aunque la diferencia de doscientos billones de yenes respecto al mejor registro del quinquenio 2000-2005 puede parecer insignificante en comparación con las cifras multimillonarias que se barajan, confirma una tendencia a la baja no excesivamente pronunciada, pero constante, hasta la actualidad. Además, la diferencia entre el registro de 1995 y

el de 2005, apenas una década después, evidencia unas pérdidas de 400 billones de yenes, próximas al volumen total de beneficios que genera el manga anualmente dentro de la enorme industria editorial.

Por otra parte, la gráfica (fig.11) que recoge la evolución en el comercio del manga, diferenciando entre las ganancias percibidas por la venta de revistas y aquellos beneficios provenientes de los libros y recopilaciones, muestra una inversión muy significativa y sintomática del cambio de gustos en el comprador generalista y del perfil del consumidor habitual de este tipo de productos. Al igual que en la gráfica anterior, se exponen los resultados del quinquenio 2000-2005 correspondientes al volumen de copias en circulación, pero se incluyen además los datos del año 1990, que evidencian más si cabe la inversión en los hábitos de compra entre libros y revistas. Frente al descenso de más de cuatrocientos millones de copias de revistas mensuales y semanarios de manga vendidos entre el año 1990 y el 2005, se pone de manifiesto una tendencia alcista en la venta de libros y tomos recopilatorios de manga, suave pero sostenida, a lo largo de esos quince años.

Desde la década de 1960, la evolución económica experimentada por otros medios próximos al manga, como el cine o las producciones televisivas animadas, ha sido diferencial. De acuerdo con un estudio realizado por el

<sup>19</sup> Fuente: Research Institute for Publications, Shuppan shihyo nenpo (2006).

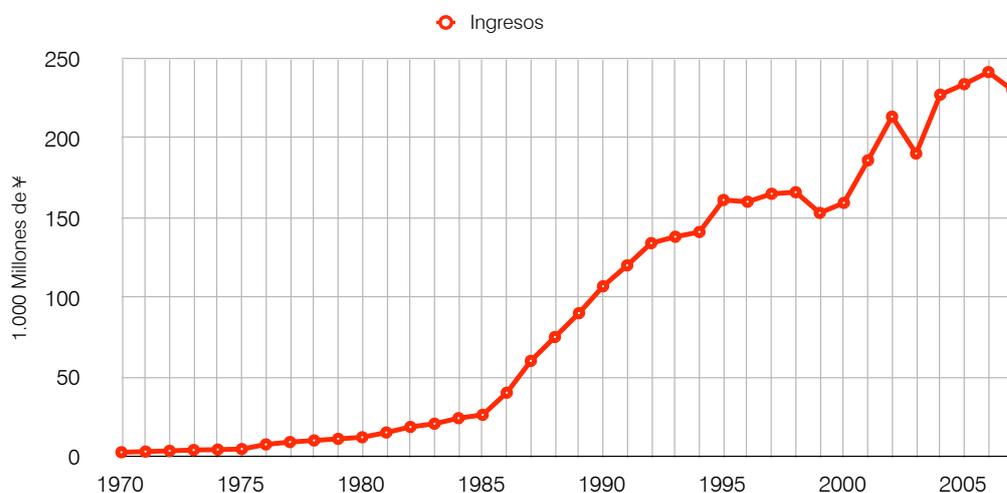
<sup>20</sup> Fuente: Media Development Research Institute Inc.

*Media Development Research Institute* (fig.14), el mercado de la animación japonesa (incluyendo ventas de películas, video para el hogar, programas de televisión y emisiones por Internet) duplicó las cifras de ventas entre los años 1990 y 2002, pasando de 1.070 millones de dólares a 2.140, en parte gracias a los grandes beneficios obtenidos con el lanzamiento comercial de *Sen to Chihiro no Kamikakushi* (*El viaje de Chihiro*; fig.15), un anime del director Hayao Miyazaki que el año anterior había alcanzado unos beneficios y unas cifras de espectadores sin parangón. En el año 2005, otro

éxito cinematográfico del Studio Ghibli, *Hauru no Ugoku Shiro* (*Howl's Moving Castle*; fig.16), acumuló unos beneficios de doscientos millones de dólares tan sólo en el mercado japonés, e impulsó las cifras de ventas totales hasta un récord de dos mil trescientos millones de dólares. De acuerdo a ese mismo estudio, en ese año se emitieron más de tres mil (3.042) programas de anime en televisión.<sup>20</sup>

El cine, que en los años de posguerra constituía uno de los medios de entretenimiento más habituales en Japón, experimentó un descenso acusado y cons-

14\_Ingresos de la industria del anime 1970-2007.\*



\* Fuentes: Investigación sobre Sociedad de Informática y Medios de Comunicación, 2001; Instituto de Comunicación de Dentsu; Informe de Contenido Digital, 2002, Asociación Japonesa de Contenido Digital; Datos 2001 publicados por la Asociación Japonesa de Productores de Cine Animado; Estudio dirigido en 2002 por La Organización Japonesa de Comercio Exterior; Toei Animation. Media Development Research Institute Inc.2008 (Beneficios de la venta de películas, video/dvd y programas de tv. Las ventas por descargas de Internet se incluyen desde el año 2004).



15

tante desde la década de 1960, cuando recibía más de mil millones de espectadores anuales, hasta poco más de ciento veinte millones en el año 1996. No obstante, el éxito abrumador de varias películas anime del Studio Ghibli en los años siguientes, dirigidas por Hayao Miyazaki, consiguió invertir ligeramente esta tendencia, hasta los poco más de 160 millones de visitantes del año 2005. *Mononoke Hime* (*Princesa Mononoke*, de Hayao Miyazaki, 1997) y *Titanic* (James Cameron, 1998) iniciaron la recuperación, pero no sería hasta el año 2001, con la proyección del éxito internacional *Sen to Chihiro no Kamikakushi* (*El viaje de Chihiro*), cuando las cifras experimentasen un auténtico vuelco; el éxito de Miyazaki recaudó por sí solo la friolera de treinta mil millones de yenes (trescientos millones de dólares) y atrajo hasta los cines a veintiún millo-



16

nes de espectadores. Ese año las recaudaciones de cine en Japón alcanzaron la cifra récord de dos mil millones de dólares, casi un 20% más que el año anterior, cuando apenas había superado los mil quinientos millones, situando dicha anualidad en unas cifras próximas a las registradas en la década de los setenta. En los años siguientes, *Howl's Moving Castle* (2004) y las sagas de *Harry Potter* y *El Señor de los Anillos* aumentaron incluso más ese récord, alcanzando los dos mil cien millones de dólares. Actualmente se ha estabilizado esta tendencia, con una media anual de más de 150 millones de espectadores al año y recaudaciones que rondan los dos mil millones de dólares<sup>21</sup>.

La proporción existente entre las películas de animación e imagen real no se asemeja en absoluto a lo que acostumbra el merca-

<sup>21</sup> Fuente: Motion Picture Producers Association of Japan (2006).

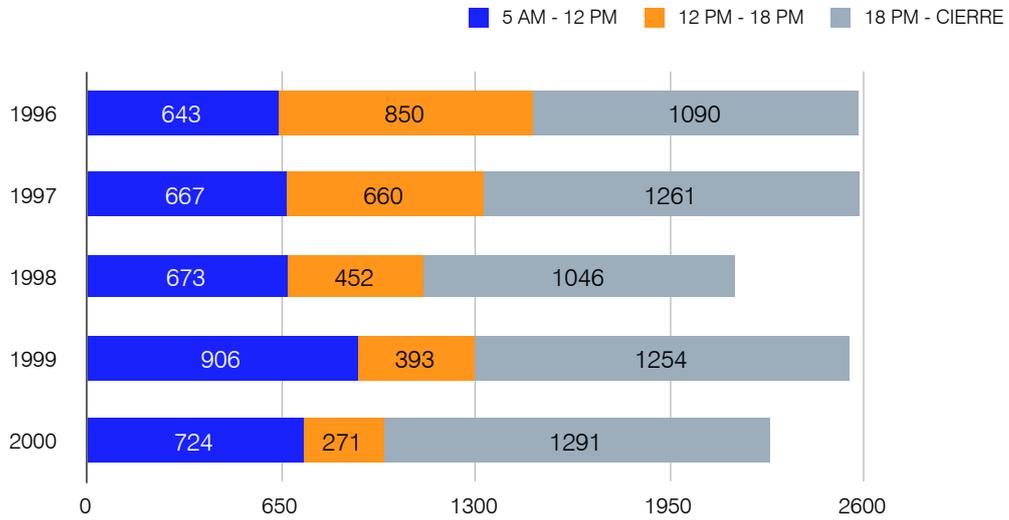
do occidental, y deja constancia de la importancia de la industria del anime en Japón, tanto por su presencia en el cine como en la programación diaria a través de los canales de televisión. Tal como se observa en la gráfica (fig.17) se emiten multitud de series de anime en los diferentes canales de televisión japoneses a lo largo de toda la franja horaria, con independencia de que los tramos de programación se consideren infantiles o de contenidos tradicionalmente para adultos. De hecho, la numerosa proporción de títulos emitidos entre las seis de la tarde y la madrugada en las diferentes cadenas, superior a los horarios de mañana y media tarde, deja entrever la importancia de este tipo de series en el mercado adulto.

Respecto a la producción cinematográfica, tomando como referencia el año 2001, en el que se estrenó el éxito internacional del Studio Ghibli, *Sen to Chihiro no Kamikakushi*, la proporción de películas de animación proyectadas en salas japonesas superaba el 45% (fig.18). Este dato es doblemente significativo si se tiene en cuenta que en el cómputo también se incluyen las películas extranjeras - mayoritariamente estadounidenses - estrenadas en Japón. Respecto a este último extremo, las diferentes estadísticas también arrojan datos reveladores acerca de las notables diferencias existentes con respecto al mercado cinematográfico español. En el año 2008 se estrenaron en las 3359 salas de cine de Japón un total

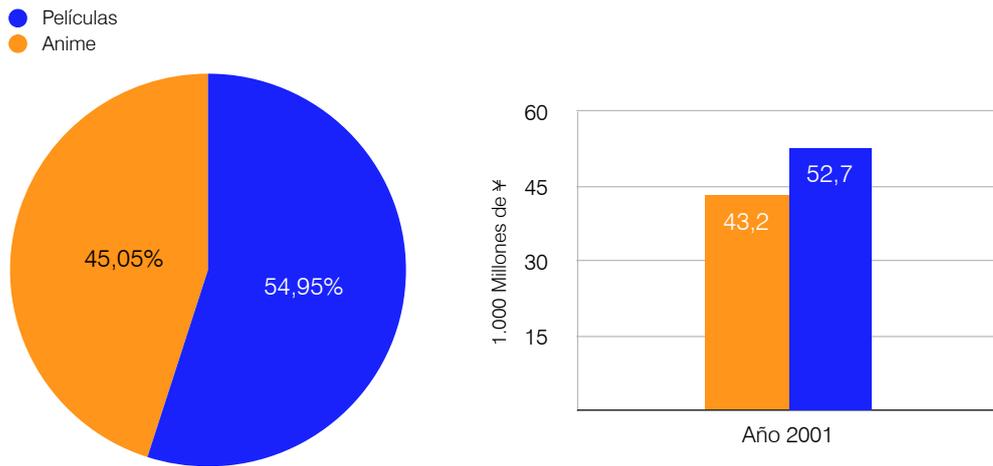
de 806 películas, de las cuales 418 (59,5%) correspondían a producciones japonesas (tanto de anime como de imagen real), y recaudaron más de 115.000 millones de yenes, frente a las 388 (40,5%) películas extranjeras estrenadas, que ingresaron cerca de 79.000 millones. Este dato no puede, no obstante, tomarse como un reflejo fidedigno de la evolución cinematográfica del cine nipón; desde el año 1960 y hasta la actualidad, la proporción de películas japonesas y occidentales, así como el porcentaje de recaudaciones, han fluctuado año tras año, invirtiéndose drásticamente las cifras de espectadores y beneficios del cine japonés y extranjero, dependiendo en gran medida del número e importancia comercial de los estrenos nacionales.

Uno de los aspectos que a menudo no se tienen en cuenta, o se obvian con mayor facilidad en los estudios y análisis de mercado relativos al manga, es la creciente importancia de las publicaciones amateur y alternativas, que proliferan al margen de la industria oficial y constituyen una nueva e incipiente parcela en el universo editorial del manga. En los últimos años, cabe destacar la gran repercusión del mercado de publicaciones fanzine, que si bien se aleja de las cifras multimillonarias de las grandes editoriales del circuito oficial, constituye un negocio en franco crecimiento, llevado en la semi-clandestinidad debido a las ambigüedades legales de las publicaciones *dôjinshi*, y

17\_Número de animes emitidos en tv por franja horaria (1996-2001).



18\_Ingresos de películas de imagen real y anime en el cine (2001).\*



\* Fuentes: Investigación sobre Sociedad de Informática y Medios de Comunicación, 2001; Instituto de Comunicación de Dentsu; Informe de Contenido Digital, 2002, Asociación Japonesa de Contenido Digital; Datos 2001 publicados por la Asociación Japonesa de Productores de Cine Animado; Estudio dirigido en 2002 por La Organización Japonesa de Comercio Exterior; Toei Animation.

al hermético público - otaku - al que se dirigen mayoritariamente muchas de ellas.

El *dôjinshi* se suele asociar con facilidad con el término amateur por su ubicación habitual al margen de los círculos oficiales, y no así por su calidad o volumen de negocio. Las cifras de ventas del mercado del cómic *dôjinshi* pueden rivalizar en ocasiones con algunas publicaciones de gran tirada propiedad de las tres grandes editoriales japonesas. En un evento como el Comiket, que agrupa en dos o tres días centenares de miles de asistentes y cientos de mangakas comercializando sus trabajos, el volumen total de dinero que se maneja entre particulares se estima en mil millones de yenes (más de cien millones de euros).

Las publicaciones generalistas apelan a un sector mucho más amplio de la población, con historias para todos los gustos. Las publicaciones amateur y fanzines van dirigidos a los aficionados más radicales, al núcleo duro de la sub-cultura *otaku* que gira en torno al manga y anime. Las exigencias y demandas de estos seguidores más entusiastas, pero al mismo tiempo selectivos y especializados, han provocado el nacimiento de grandes establecimientos híbridos, donde se comercializan publicaciones semanales de gran tirada, pero también se atienden peticiones selectas de algunos aficionados. Estos grandes complejos empresariales, con sucursales en multitud de ciudades y barrios

de Japón, y con algunas nuevas tiendas en el extranjero, han empezado a atender las solicitudes y necesidades comerciales de los mangakas amateur y de los aficionados a las publicaciones *dôjinshi*. "En 1984 la cadena de librerías Manga no Mori (El Bosque del Manga) abrió nuevos establecimientos en Shinjuku, Takadanobaba, Kichijoji, Higashi Ikebukuro, y otras zonas céntricas de Tokio. En 1992, Mandarake, unos grandes almacenes especializados en manga, abrieron sus puertas en otro distrito céntrico de Tokio, Shibuya, en el que el personal vestía uniformes a imagen de los personajes de manga más famosos"<sup>22</sup>.

Mandarake se convirtió rápidamente en un icono representativo del nuevo tipo de negocio asociado al mercado otaku del ocio y entretenimiento. De hecho, el propio término Mandarake significa "el manga está en todas partes"<sup>23</sup>. En sus tiendas se podían conseguir aquellos artículos excepcionales por los que algunos coleccionistas obsesionados estarían dispuestos a pagar enormes sumas de dinero. Junto a estos, también se apilaban multitud de productos nuevos o de segunda mano a precios razonables para todos los públicos. Junto al gran establecimiento situado en Shibuya, que actuaba como buque insignia de la compañía, convivía el recinto del negocio original situado en Nakano (la primera tienda se inauguró en el centro comercial Broadway en 1987; fig.19) y se abrieron numerosas tiendas

<sup>22</sup> KINSELLA, Sharon. "Amateur Manga Subculture and the Otaku Panic". *Journal of Japanese Studies*.

<sup>23</sup> FURUKAWA, Masuzu; en: MACIAS, Patrick y MACHİYAMA, Tomohiro. *Cruising the Anime City. An Otaku Guide to Neo Tokyo*. p. 18.



19

más pequeñas, especializadas en sectores concretos, en Akihabara. Además, la estrategia comercial de Mandarake instaba a la expansión internacional, por lo que se iniciaron nuevos negocios en el extranjero. "Con una red de tiendas en todo Japón y presente en el índice bursátil Nikkei, Mandrake Incorporated se está posicionando de cara a una expansión global. Abrió nuevas tiendas en Los Ángeles en 1999 y en Bolonia en 2001. Japón representa la mayor parte de los ingresos de Mandrake, dice presidente de la compañía Furukawa Masuzo 'pero, por ejemplo, en unos cinco a 10 años, debería ser al revés. El mercado exterior debería ser mucho más grande'"<sup>24</sup>.

Algunas polémicas relacionadas con el director de la empresa y la crisis económica motivaron el cierre de algunas de estas tiendas internacionales poco tiempo

después de su apertura. Pero en la actualidad, Mandarake, tal como reza en su página web, disponible en varios idiomas y con ventas internacionales, cuenta con más de diez sucursales en todo Japón: tres en Tokio, Namba y Umeda en Osaka y en las ciudades de Nagoya, Utsunomiya, Sapporo (Hokkaido), Fukuoka y Shingu (Kyushu). Tal como proclamaba Masuzo Furukawa, director general de Mandarake, "nuestro objetivo es conquistar el mundo empleando para ello el manga y elementos de la cultura otaku"<sup>25</sup>. En el año 2002, sus ventas anuales superaban los 36 millones de dólares, y sus directivos esperaban multiplicar por cuatro los beneficios en un plazo inferior a tres años.

<sup>24</sup> McGRAY, Douglas. "Japan's gross national cool". *Foreign Policy*. p. 45-46

<sup>25</sup> FURUKAWA, Masuzo; en: MACIAS, Patrick y MACHİYAMA, Tomohiro. Op. cit. p. 18.

EDITORIALES  
JAPONESAS

Aproximadamente dos terceras partes de los beneficios obtenidos con el mercado del manga en Japón recaen en tres grandes editoriales, que acaparan la mayor parte del comercio nacional de cómic y publicaciones asociadas: Kodansha, Shueisha y Shōgakukan. Otras editoriales de menor tamaño y presencia en el mercado compiten, a menudo entre ellas, para consolidar su posición a la sombra de estos tres importantes emporios.

20



21



Kōdansha constituye en la actualidad uno de los principales grupos editoriales del mundo, con publicaciones de diversa índole en multitud de países repartidos por todo el planeta. La división de cómics sólo representa una pequeña parte del entramado comercial de esta gran empresa. La importancia relativa de este medio en Japón frente a otros mercados y el enorme capital anual obtenido a través de las ventas de manga sitúan a Kōdansha como una de las productoras de cómic más poderosas del mundo, y la más importante de Japón por volumen de negocio.

La editorial Kōdansha fue fundada a comienzos del siglo XX (1909) por el empresario Seiji Noma (1878-1938), como un proyecto derivado de la Sociedad Dai Nippon Yūbenkai. El nombre Kōdansha es el resultado de la unificación de dos conceptos, el

sufijo "sha", que indica empresa o sociedad comercial, y kōdan, que denota "narración". Asimismo, el nombre deriva del título original de la publicación Kōdan Club, y no fue utilizado por primera vez hasta 1911, dos años después de su creación, cuando se unificó con la Dai Nippon Yūbenkai. Kōdansha desempeña un papel fundamental en la historia del manga contemporáneo al ser la responsable, en el año 1914, de la creación de la revista infantil Shōnen Club. En la actualidad, su semanario de mayor éxito es el Shōnen Magazine (fig.20-21), fundado en el año 1959, y que ostenta el mérito de ser una de las primeras publicaciones semanales, frente a las revistas mensuales que se comercializaban hasta la época. Hoy en día alcanza unas ventas próximas a los tres millones de ejemplares con cada número, siendo superada únicamente por su competidora Shōnen Jump.

Shueisha es la propietaria de la publicación más emblemática del mercado del manga japonés, la Weekly Shōnen Jump, fundada en el año 1968, como respuesta frente a la hasta entonces imbatible Shōnen Magazine, de la empresa rival Kōdansha. En la actualidad, es el semanario con mayores ventas del mercado japonés, con cifras cercanas a los tres millones, aunque muy alejados de los más de seis millones y medio de revistas vendidas a mediados de la década de 1990.

La compañía fue fundada en 1925 como división editorial y

de entretenimiento del holding japonés Shōgakukan. Apenas un año más tarde se convirtió en un grupo editorial independiente. Shueisha<sup>26</sup> (Kabushiki Kaisha Shūeisha), con sede en Tokyo, es - a la par que Kōdansha - otro coloso editorial, con ramificaciones en todos los sectores del mercado, abarcando desde la publicación de novelas y ensayos, hasta libros domésticos y educativos, revistas de numerosas temáticas y manga, entre muchos otros. Al igual que las otras dos grandes editoriales japonesas, jugó un papel de vital importancia en la historia del manga. No sólo es responsable del lanzamiento de la Shōnen Jump, sino también de la comercialización en el año 1955 de la primera revista de género shōjo - Ribbon - específicamente destinada al público femenino infantil y juvenil. Entre otras muchas publicaciones gestiona la edición y distribución en Japón de la revista Cosmopolitan, así como la Weekly y Monthly Playboy, esta última filial de la publicación matriz estadounidense. Shueisha es la organizadora del Premio Tezuka<sup>27</sup> desde el año 1971, fecha de su creación, dirigido a la búsqueda y promoción de nuevos talentos, y llamado así en honor de Osamu Tezuka, padre del manga moderno.

La tercera gran editorial del mercado del manga en Japón es Shōgakukan, fundada en el año 1922. En 1959, a la par que la revista competidora Shōnen Magazine, lanzó al mercado el importante semanario Shōnen

Sunday (fig.22-23), en cuyas páginas han publicado obra, entre otros autores de gran prestigio, Osamu Tezuka, Gosho Aoyama o Rumiko Takahashi.

En la actualidad, Shueisha es, junto a la editorial Shōgakukan, propietaria de la productora internacional Viz Media, especializada en la distribución y comercialización de productos japoneses, tanto de manga como de anime, en diferentes países de todo el globo. Viz Media gestiona las licencias de explotación comercial y difusión de multitud de títulos de manga propiedad de ambas editoriales, así como de numerosas series de anime, para su comercialización en DVD y visionado en televisión. Está presente en los mercados de Estados Unidos, Reino Unido e Irlanda, Sudáfrica y Latinoamérica, entre otros.

Viz Media nació en el mes de abril del año 2005, fruto de la fusión empresarial entre dos compañías de matriz estadounidense, VIZ LLC y ShoPro Entertainment Inc., especializadas en todo tipo de productos y merchandising relacionado con el manga y anime japoneses. El capital de la empresa, no obstante, se distribuye entre tres grandes grupos editoriales nipones, del cual un 40% corresponde a Shueisha Inc., idéntico porcentaje es propiedad de Shōgakukan Inc. y el 20% restante lo ostenta la empresa Shōgakukan Production Co. Ltd. Con sede en San Francisco, Viz Media se define como una nueva e innovado-



22

<sup>26</sup> El nombre Shueisha significa "acumulación de intelecto".

<sup>27</sup> Certamen de manga, de carácter semestral, dirigido a la búsqueda y promoción de nuevas promesas del manga. Organizado por la Editorial Shueisha, y promocionado por la célebre publicación semanal Shōnen Jump (propiedad de la primera), el Premio consta de varias categorías, y de un jurado compuesto por numerosos mangakas de renombre y proyección internacional.

<sup>28</sup> "Merger Between Two Japanese Entertainment Giants Complete". San Francisco (California): Viz Media, 4 de abril de 2005 [en línea].



23

ra empresa de entretenimiento especializada en la producción y la concesión de licencias de contenidos animados para televisión y exhibición en salas de cine, publicación, distribución de vídeo y productos de consumo<sup>28</sup>.

Junto a las tres grandes corporaciones japonesas - Kôdansha, Shueisha y Shôgakukan - existe un nutrido grupo de editoriales, de tamaño y presencia variable, que rivalizan entre ellas por consolidar una posición estable en el mercado nipón. Para muchas de estas empresas, la supervivencia pasa por definir una estrategia comercial diferente y vanguardista, alejada de las convenciones del medio, y ofrecer productos novedosos para evitar competir con las publicaciones más estandarizadas y las series populares de las tres grandes editoriales.

Por otra parte, la presencia de un título de éxito o un autor de renombre puede garantizar la fidelidad de un amplio sector del público: la editorial Akita Shoten es responsable del semanario Shônen Champion y de las modernas entregas de la franquicia *Saint Seiya*. Futabasha publica la revista Manga Action y es propietaria de los derechos del popular manga *Crayon Shin-Chan*, del mangaka Yoshito Usui; Tokuma Shoten edita la publicación especializada Animage y los libros de diseños e ilustraciones de las películas del prestigioso Studio Ghibli. Asimismo, la

pequeña editorial Seisnsha asegura su supervivencia gracias a la obra de Masamune Shirow (*Appleseed*, *Gosht in the Shell*)

331

#### MERCADO INTERNACIONAL. JAPANIMATION EN LOS 90

En 1977, una pequeña productora de animación japonesa llamada Tatsunoko Production Co. Ltd. confluyó en el MIP-TV (Marché International de Programmes) de Cannes<sup>29</sup> con Sandy Frank, un importante productor de televisión norteamericano, amparada por el moderado éxito cosechado con una serie titulada *Mach Go Go Go*<sup>30</sup>, conocida en el mercado occidental por el título en inglés "Speed Racer" (fig.24). *Mach Go Go Go* obtuvo un discreto debut en la televisión norteamericana, aunque significativo y meritorio en comparación con otros intentos anteriores por introducir la animación japonesa en el hermético mercado estadounidense, propenso a otro estilo de animación y de clara orientación infantil. Frank y Tatsunoko Production llegaron a un acuerdo para la distribución en la televisión norteamericana

de la nueva serie *Kagaku Ninjatai Gatchaman* (1972), conocida en el mercado estadounidense como "Battle

24



<sup>28</sup> Iniciado en 1963 de manera paralela al prestigioso festival de cine de Cannes.

<sup>30</sup> En España la serie se tituló "Meteoro".

of the Planets”, y en el mercado español bajo el título *Comando G* (fig.25). “Su historia y personajes esgrimían fundamentos que hablan directamente de los valores culturales japoneses: el ‘héroe’ es, en realidad, un equipo, cuyos miembros dependen unos de otros y no destacan individualmente, aunque hay diferentes villanos, una sensación de maldad empapa la atmósfera, como si dicha maldad pudiese surgir en cualquier momento (...), las consecuencias de la guerra son trágicas y la misión última del héroe es defender la tierra frente a la amenaza de aniquilación total y devolver la paz y estabilidad, lo que justifica su necesidad de luchar”<sup>31</sup>.

A priori, la serie *Gatchaman* se topaba con muchas trabas para poder triunfar plenamente en el mercado estadounidense, partiendo del hecho de que se trataba de una serie pensada y producida en el extranjero, ajena a muchos de los códigos y lenguajes característicos de las producciones americanas. “Sin mencionar que *Gatchaman* mostraba violencia, sangre, muerte, insinuaciones sexuales, y héroes claramente mortales y moralmente cuestionables, características todas ellas presentes en el cine norteamericano de los años setenta, más sofisticado, pero no en los que la inmensa mayoría de los estadounidenses calificarían como ‘dibujos animados’”<sup>32</sup>. Sin duda, el principal escollo para *Gatchaman* residía en la enquistada percepción del público norteamericano - y por ende

occidental - de que los dibujos animados eran, o debían ser, un producto destinado exclusivamente a un público infantil.

No obstante, un elemento con el que no contaba ningún analista y que supuso el detonante del éxito de *Gatchaman* fue el estreno, en mayo de 1977, de la primera película de la épica saga galáctica de George Lucas: *Star Wars*. Los 105 episodios originales de la serie de Tatsunoko Production se remezclaron y montaron en 85 nuevos episodios, en los que se habían introducido variaciones en la serie original y se habían eliminado numerosos elementos inapropiados a ojos del espectador juvenil americano de finales de los años setenta. A pesar de la censura y de las escenas cercenadas, las altas dosis de acción rememoraban las novedosas escenas de *Star Wars* vistas en los cines, y posibilitaron un primer contacto de la juventud estadounidense con la cultura pop japonesa. “Para muchos adolescentes norteamericanos, esta sería su primera experiencia con la cultura pop japonesa. Algunos de ellos quedaron marcados de por vida. Pero, incluso hace treinta años, muchos de ellos sintieron que el flamante anime a todo color que estaban viendo en las cadenas afiliadas a la NBC no estaba completo, lo que convertía a



<sup>31</sup> KELTS, Roland. Op. cit. p.12.

<sup>32</sup> Ibid.

<sup>33</sup> Ibid. p.14



26

la serie en algo más atractivo si cabe. Esta ausencia añadía una nueva capa de intriga narrativa a la propia serie, una suerte de meta-misterio para los jóvenes espectadores<sup>33</sup>. Años después, el estreno de la serie de ciencia-ficción *Robotech* (fig.26) en EEUU en 1985, también de la productora Tatsunoko Production, y realizada a partir de un montaje alternativo de tres series distintas de anime japonés por la empresa Harmony Gold USA Inc., consolidó el interés del público norteamericano por la animación nipona, en especial por las epopeyas galácticas y el imaginario mecha. A pesar de que la serie original (*The Super Dimension Fortress Macross*) se concibió inicialmente para su venta directa en VHS en los Estados Unidos, posteriormente tuvo que ser adaptada para cumplir con

las exigencias de distribución en la televisión norteamericana y superar el mínimo de sesenta y cinco episodios impuesto. Para ello se realizaron numerosas modificaciones respecto a la serie de anime original, y se reeditó, añadiendo material de otros dos títulos - cada uno de los cuales se consideró como un episodio histórico diferente en la cronología del universo *Robotech* - hasta alcanzar el total de ochenta y cinco capítulos que componen la serie. Años después, y a raíz del fenómeno surgido en torno a esta producción de mediados de la década de 1980, se distribuyeron las series originales sin modificaciones, tanto por las demandas de los espectadores, deseosos de contemplar las creaciones animadas bajo su forma original, como por el rápido acondicionamiento del

público occidental a los códigos y lenguajes intrínsecos de la cultura japonesa presentes en el anime.

A nivel técnico *Gatchaman* no resultaba, en modo alguno, más sofisticada o llamativa que las producciones estadounidenses. En muchos aspectos parecía más torpe y primitiva, dado el menor número de fotogramas por segundo empleados y los segmentos animados, pero ese tipo de animación - característica del anime - entrañaba un encanto especial. Aunque toscos, los protagonistas presentaban muchas de las características innatas a los personajes de manga y eran psicológicamente profundos. Cada personaje mostraba sus dilemas, sus manías y defectos personales que posibilitaban que el público sintiese afecto o proximidad hacia ellos y que conectase con la psique de los héroes. “Si bien no eran necesariamente más realistas, por lo menos resultaban más atractivos, especialmente para los niños norteamericanos que habían crecido con las payasadas y personajes planos que dominaban la industria estándar de la animación”<sup>34</sup>.

Uno de los primeros aspectos que se deben tener en cuenta al hablar del manga fuera de Japón es que siempre se ha asociado, desde sus comienzos, con la animación nipona: el anime. Incluso hoy en día resulta imposible para muchos aficionados y espectadores en general disociar ambos medios,

aun cuando gocen de un público y una especificidad propias, incluso dentro de nuestro país. Los grandes éxitos de ventas en manga son contestados desde las distribuidoras cinematográficas con la comercialización de la correspondiente adaptación en anime - en caso de que esta exista - bien en televisión, bien en DVD. Si la situación se da a la inversa, y es la serie de animación la que tiene éxito en alguna de las cadenas generalistas o a través de las páginas web especializadas de aficionados y *fansubs*, el efecto llamada es incluso más acusado; si una serie de anime está triunfando en el mercado occidental, no tarda en ponerse a la venta el manga en el que se inspira, así como un sinnúmero de accesorios y merchandising.

Se ha afirmado reiteradamente que en Japón la variedad de géneros y temáticas del manga es muy superior a la de cualquier mercado extranjero de cómic, y lo mismo sucede con el anime. “Los japoneses fabrican historias para niños, niñas, adolescentes, universitarios, profesionales o amas de casa”<sup>35</sup>. Esta diversificación no deja de ser la lógica adaptación nipona a un mercado muy amplio, que poco o nada tiene que ver con el panorama internacional, en especial con las industrias de la animación y el cómic occidentales de hace algunas décadas, donde “animación” se interpretaba a menudo como sinónimo de “infantil”. Frente a este planteamiento, no resulta extraño

<sup>34</sup> Ibid. p.15.

<sup>35</sup> ROIG, Sebastià; *Les Generacions del Còmic. De la Família Ulises als Manga*; p. 223. Además, prosigue con una cita del editor Joseph Maria Berenguer: “Estos japoneses (...) han conseguido tener lectores de más de cuarenta años. Han sabido desarrollar la temática y llegar a los lectores más mayores.

que un ciudadano japonés de cualquier sexo, edad o condición social – hombre o mujer, niño, joven o anciano – se desenvuelva entre multitud de títulos diferentes, de manga o de anime indistintamente, con soltura y naturalidad. En occidente es infrecuente, aun cuando sucede ocasiones, que una persona aficionada al manga no sea también un consumidor habitual de anime. Para los seguidores más jóvenes, la emisión de una buena serie en televisión o una película en el cine suelen ser las vías de entrada a un mercado, el del cómic, que por sí solo continúa siendo marginal y muy selectivo.

A menudo, los lectores más puristas, aun sin despreciar un medio como la animación, suelen centrarse en el soporte impreso y reivindicar su total independencia, en ocasiones ante la imposibilidad de acceder a un anime en consonancia con sus gustos. Estos aficionados más experimentados, que probablemente accedieron al manga durante su juventud (al igual que ahora lo hacen otros, a través de las series de televisión y los cómics más comerciales) demandan unas obras más maduras y elaboradas, tanto en temática como en calidad técnica. Este tipo de publicaciones, mucho más selectivas, se distribuyen en el mercado occidental a través de editoriales especializadas y con acabados de gran calidad – lo que repercute en su precio – pero muchas veces carecen de su correspondiente adaptación a anime. Más aun, es poco probable

que se comercialice un producto que, a ojos del gran público, resulta censurable y aberrante, y que sería muy complicado de ubicar para las distribuidoras. Estos anime, de temática adulta, a menudo con guiones complejos, violencia o sexo no encajan bajo ningún concepto en la idea occidental de la animación, que, como se ha repetido con insistencia, está relegada a un medio sólo para niños.

Durante décadas apenas se exportaron novelas gráficas e historias ilustradas niponas al extranjero, a pesar de la importancia económica y social de este medio en Japón. Resultaba muy complejo comercializar y distribuir con éxito el manga en occidente, dadas las medidas de proteccionismo cultural (principalmente enfocadas a promocionar el cómic nacional) y la xenofobia regional, así como las diferencias culturales implícitas en los manga - que parecían insalvables - y los códigos y metalenguajes desconocidos para el lector europeo y americano. Además, los procesos de modificación y adaptación de las obras japonesas al estándar editorial occidental resultaban muy costosos, como la conversión de las onomatopeyas, la modificación de los dibujos originales o la inversión y transformación de las páginas para adaptarlas al sentido de lectura americano y europeo. Este tipo de modificaciones serían razonables en el caso de publicaciones breves y de corta extensión, que garantizaran unos buenos beneficios, pero no

así en el caso de obras de miles de páginas, con unos costes de traducción astronómicos. Más aun, las editoriales japonesas siempre se han caracterizado por plantear negociaciones muy complicadas y meticulosas para la concesión de licencias a terceras editoriales de países occidentales - a pesar de su proverbial mala gestión en lo referente a regalías y derechos de autor - con condiciones y cláusulas en ocasiones incomprensibles para las distribuidoras extranjeras.

Curiosamente, la animación japonesa apenas necesitaba adaptación, salvo por la traducción y el doblaje, la adecuación de títulos y nombres de lugares puntuales, y la supresión o remontaje de algunas secuencias a fin de adecuarlas a los códigos de violencia de la legislación de cada país. De ahí que el primer contacto de la juventud occidental con la cultura pop nipona no fuese a través de las publicaciones manga, sino bajo su forma animada.

A tenor de las dificultades iniciales de adaptación del manga al sistema europeo, las editoriales japonesas debían replantear su estrategia de expansión internacional ante la perspectiva de un mercado interno que empezaba a mostrar síntomas de agotamiento. Dadas las circunstancias, lo más sencillo parecía vender los derechos de distribución de los manga a los países vecinos de Japón y otras naciones asiáticas, ajenas a los problemas de adecuación en el sentido

de lectura y volteo de páginas, o a las ambiguas connotaciones culturales, y donde algunos anime inspirados en obras ilustradas gozaban de gran aceptación gracias a los canales internacionales de televisión japoneses. Curiosamente, durante décadas esos mercados se mantuvieron al margen de la expansión internacional del manga, satisfaciendo la demanda interna por medio de producciones caseras y ediciones pirata. No obstante, fue en países como Francia, Italia o Estados Unidos, con una mayor tradición de cómic, donde cuajaron las primeras iniciativas para introducir el manga japonés. Las ediciones originales de cómics nipones tardaron muchos más años en llegar a sus vecinos asiáticos. En 1998 el gobierno Coreano abrió el mercado editorial nacional a las importaciones japonesas, y los dibujantes nativos de 'manwha' protestaron enérgicamente pidiendo medidas proteccionistas. En su lugar, el Gobierno optó por promocionar el 'manwha' en el extranjero, con un éxito aceptable en el mercado internacional y que tuvo muy buena acogida en Japón, compitiendo con las publicaciones nacionales.

Cuando se habla de la implantación del manga en occidente, debe tenerse muy presente la diferente evolución experimentada entre el mercado estadounidense, europeo, y - especialmente en los últimos años - en Latinoamérica y el sudeste asiático. Entre los historiadores y analistas se suele aceptar, casi



27

por unanimidad, que la entrada del manga y el anime en EEUU tuvo lugar con la primera emisión en televisión de *Astroboy* (*Tetsuwan Atom*, de Osamu Tezuka) en 1963 (fig.27). En los años siguientes aparecieron progresivamente nuevos títulos, hoy considerados clásicos, como *Jungle Taitei* (*Kimba, el León Blanco*) o *Match Go, Go, Go* (*Meteoro*), programados todos ellos por pequeños canales de índole regional o local, pero sin entrar en las redes de distribución nacional de las grandes cadenas televisivas. A finales de esa década se aprobó en Estados Unidos una nueva regulación acerca de la emisión de contenidos violentos y de índole sexual en televisión, y durante un tiempo cesaron las emisiones de anime.

Los años setenta sirvieron al manga y anime para tomar impulso y consolidarse ante las perspectivas de un nuevo creci-

miento del mercado. Muchos de los jóvenes que habían sucumbido en su infancia a la primera oleada de animación japonesa se convirtieron rápidamente en aficionados entusiastas, organizando convenciones y otros eventos, que se apoyaron en el éxito emergente de nuevas series, especialmente en el campo de la ciencia-ficción, como *Gatchaman* (*Comando G*) o *Star Blazers*. No obstante, frente a la bonanza experimentada por la industria del anime, las publicaciones en papel eran muy escasas. El primer manga publicado en EEUU del que se tiene constancia consistía en una narración autobiográfica, dibujada y editada por un ciudadano japonés en 1931<sup>36</sup>, acerca de sus experiencias en San Francisco. Al margen de su valor histórico, su importancia fue puramente testimonial. Durante la década de 1970 se popularizaron entre los aficionados las publicacio-

<sup>36</sup> Yoshitaka "Henry" Kiyama, con su obra *Yonin Shosei Manga* (lit. "El manga de los cuatro estudiantes").



29

nes en formato comic-book, con adaptaciones de las series de animación emitidas en televisión, basadas en los personajes y diseños de los anime, pero dibujadas por autores locales. En 1965 se publicó el primer comic-book en color inspirado en una serie de anime, *Astroboy*. En 1987 la editorial Now Comics editó un nuevo comic-book del mismo personaje. Curiosamente, el manga original de Tezuka no se comercializó en el mercado americano hasta el año 2001, a través de la editorial Dark Horse, caracterizada a menudo por sus 'rarezas' y experimentos editoriales.

Francia e Italia fueron los primeros mercados extranjeros en manifestar verdadero interés comercial por el anime japonés. Inicialmente, el poderoso mercado norteamericano se mostró muy reacio ante las importacio-

nes de anime y manga. En Estados Unidos la industria nacional del cómic y animación era muy potente; además, un amplio sector de la sociedad siempre consideró a ambos como medios exclusivamente para niños, lo que dificultó enormemente la penetración del manga en este mercado, en especial aquellas obras más maduras y sesudas o de contenidos violentos.

En Francia alcanzaron un notable éxito las adaptaciones animadas de algunos manga del autor Gô Nagai y del género shôjo, pero durante muchos años no se comercializaron los cómics originales por considerarse excesivamente caros y por estar dirigidos a un sector del mercado muy restringido. En la actualidad, Francia es el principal consumidor de manga en Europa, y productor de una serie de nuevas obras, con narracio-

nes de inspiración japonesa y dibujantes autóctonos, conocidas con el nombre de 'nouvelle manga'.

En la década de 1980, la rápida multiplicación de canales privados de televisión en Italia supuso la llegada de un aluvión de series de anime japonés, destinadas mayoritariamente a rellenar los huecos en la franja de programación infantil, y que culminó con la emisión de más de ochenta series animadas en el período comprendido entre los años 1978 y 1983. En España se importaron muchas de aquellas primeras adaptaciones animadas, como *Mazinger Z*, *Candy Candy*, *Heidi o Marco*, con los nombres de los protagonistas occidentalizados y serias transformaciones y re-montajes en las tramas de algunas series, seguidas apenas unos años después por títulos como *Kimagure Orange Road* o *City Hunter* (fig.28-29). A pesar de la precariedad de las emisiones, la frescura y novedad de aquellos anime cautivaron a varias generaciones de niños y jóvenes españoles, y supuso un primer contacto con la cultura pop japonesa, a raíz del cual comenzaron a aparecer las primeras publicaciones manga originales.

No obstante, la internacionalización del manga y el anime pasaba necesariamente por la

conquista del hermético mercado estadounidense. En 1987 la editorial First Comics marcó un punto de inflexión en la evolución de las ventas de manga con la publicación<sup>37</sup> de *Lone Wolf and Cub*, título de la edición americana de *Kozure Ôkami*, obra del guionista Kazuo Koike y del dibujante Goseki Kojima (fig.30). Publicado por primera vez en Japón en 1970, la edición de First Comics le proporcionó reconocimiento mundial. *Lone Wolf and Cub* (*El Lobo Solitario y su Cachorro*), se lanzó al mercado amparada por un gran despliegue de medios y publicidad, con portadas diseñadas por el célebre artista Frank Miller. La primera edición se agotó rápidamente, y el manga de Goseki y Kojima adquirió el estatus de obra de culto.

Apenas un año más tarde, la editorial Marvel Comics publicó la epopeya futurista de Katsuhiro Ôtomo: *Akira* (fig.31). Rápidamente se convirtió en un gran éxito comercial, amparada por varios aspectos clave nada desdeñables. Por una parte, los dibujos, exquisitamente detallistas y de un gran naturalismo, no resultaban tan exagerados a ojos del lector occidental como otras publicaciones manga anteriores. También contribuyó a este éxito el estreno de la película homónima en 1989, dirigida por el mismo Ôtomo, en cines de todo el mundo. Tecnológicamente muy avanzada, de gran riqueza visual y con sorprendentes acabados y efectos especiales, *Akira* deslumbró a la crítica y al público. Su



<sup>37</sup> Con anterioridad se había publicado en EEUU *Hadashi no Gen* ("Gen of Hiroshima") de Keiji Nakazawa, con escasa repercusión.



coste, desorbitado para una producción cinematográfica habitual en Japón en aquella época, resultaba irrisorio en comparación con los presupuestos de la industria hollywoodiense. “*La ambiciosa adaptación, en forma de largometraje, del manga Akira de Katsuhiro Ôtomo, dirigida por él mismo en 1989, crearía un culto fuera de Japón acaso superior al obtenido en su tierra natal: la cinta abriría los ojos, en Occidente, no sólo a los habituales detractores de la animación japonesa, sino además y especialmente, a aquellos que se desinteresaban por la animación en general, considerándola hasta entonces un producto sólo para niños*”<sup>38</sup>.

La corriente ciberpunk, inaugurada en 1984 con la novela *Neuromante* de William Gibson, estaba muy en boga a finales de la década de 1980, gracias a la contribución de producciones como *Blade Runner* de Ridley Scott. Ôtomo, que había iniciado la publicación de la serie en la revista seinen *Young Magazine* en diciembre de 1982, no conocía la influyente obra de Gibson, publicada en Japón con posterioridad. La publicación americana de *Akira* conservó el tamaño - más grande - de la edición recopilatoria japonesa, y con el consentimiento y aprobación de Ôtomo, se coloreó toda la obra empleando novedosas técnicas informáticas, en una paleta de tonalidades similar a la empleada en la película.

Asimismo, la publicación a comienzos de esa misma década

del influyente estudio “*Manga! Manga! The World of Japanese Comics*”<sup>39</sup> (fig.32), del investigador y escritor norteamericano Frederik L. Schodt contribuyó al despegue definitivo en EEUU de la industria del manga y del anime. La obra de Schodt gozó de muy buenas críticas por parte de los especialistas y del público en general, así como del beneplácito del sector editorial. *Manga! Manga!* es reconocida como la primera publicación escrita en inglés sobre manga, aproximándose al cómic japonés desde sus fundamentos históricos y estéticos, hasta sus imbricaciones sociológicas y su repercusión cultural y económica en el seno de la sociedad japonesa y el mercado occidental. Hoy en día se considera una obra de referencia imprescindible, al tiempo que contribuyó a popularizar el tema y aportar un poco de rigor entre un público totalmente inexperto.

En el año 2006, el *New York Times*, haciéndose eco de la progresiva popularidad del cómic japonés, anunciaba que el manga era uno de los pocos sectores susceptibles de experimentar un crecimiento en el mercado editorial estadounidense. Aunque el comercio del manga en Europa y Norteamérica se inició a la par, en muchos aspectos sufrió un desarrollo desigual. El hermético mercado americano se mostró más reticente a la hora de implantar progresivamente el manga entre las nuevas generaciones de lectores, a pesar de la calurosa acogida de las prime-



31

<sup>38</sup> MOLINÉ, Alfonso. *El Gran Libro de los Manga*. p. 62.

<sup>39</sup> *Manga! Manga! The World of Japanese Comics*, de Frederik L. Schodt, fue publicada por Kodansha Internacional en 1983.

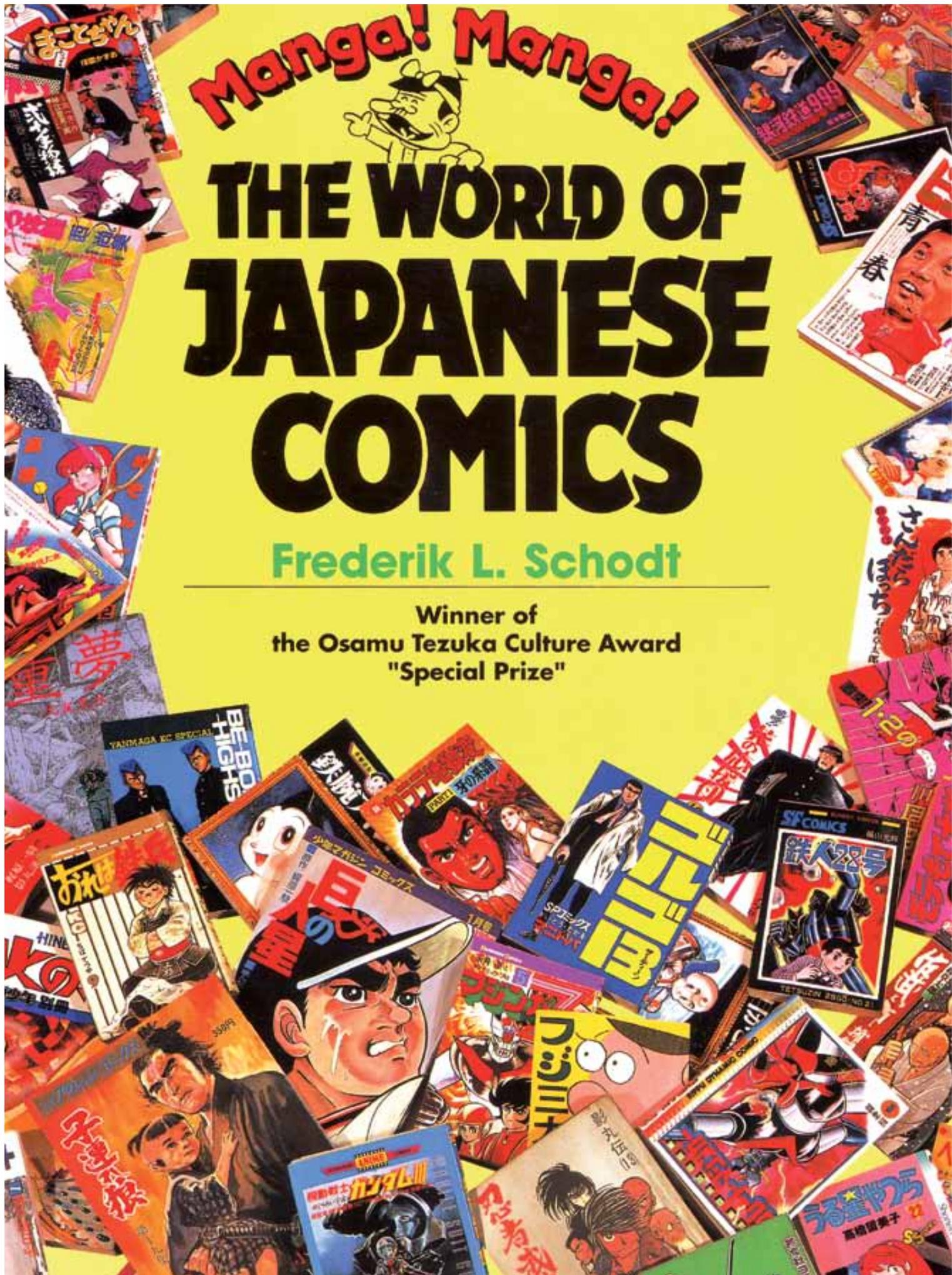
**Manga! Manga!**



# THE WORLD OF JAPANESE COMICS

**Frederik L. Schodt**

Winner of  
the Osamu Tezuka Culture Award  
"Special Prize"



ras publicaciones en la década de los ochenta. Además, EEUU siempre ha tenido una potente industria editorial del cómic dirigida a un público infantil y juvenil, mientras que el mercado europeo, en especial durante las últimas décadas y salvo honrosas excepciones, se consideraba un nicho de creaciones independientes, con autores más próximos a lo experimental o artístico, y dirigidos a un público adulto. Numerosos editores norteamericanos incurrieron en los mismos errores que años atrás habían cometido sus homólogos europeos. Acudieron en masa a las ferias internacionales de libros y publicaciones, atraídos por las buenas perspectivas de crecimiento, explorando los tenderetes y stands de las editoriales japonesas en busca de manga, en ocasiones para saber en qué consistía exactamente ese medio y, sin preocuparse por la excelencia general del producto, empezar a venderlo. Muchos de estos títulos, menos consolidados y de reciente aparición, eran de baja calidad e inspirados en tópicos y clichés altamente reconocibles, desvirtuando la posición general del manga en el mercado interno americano.

A pesar del éxito inicial de *Akira*, *Lone Wolf and Cub* y otras publicaciones de primer nivel, la desigual proporción existente entre los ejemplares de calidad y otros títulos de inferior categoría que inundaron el mercado estadounidense y europeo en los años siguientes, fue el principal impedimento para que cuajase una

plataforma editorial de manga sólida y estable. Al mismo tiempo, esta convivencia fomentaba la percepción entre los críticos y buena parte del público de que las historias del manga y el virtuosismo de las ilustraciones eran, en general, deficientes. El mercado tenía en su éxito sin precedentes a su mayor enemigo: las publicaciones de baja calidad, los títulos de segunda línea, o las traducciones precipitadas y torpes. Muchos editores inexpertos, seducidos por la creciente demanda y popularidad del manga y anime, se lanzaron a la compra y distribución de diferentes series sin tener conocimientos de este medio. Pocos eran conscientes de que, entre los miles de títulos de manga que existían en Japón, eran escasos los que realmente se ofertaban en el mercado extranjero, y que muchos de estos eran simplemente títulos de inferior categoría o publicaciones mediocres. La novedad de este lenguaje, las ambientaciones a menudo exóticas y seductoras, las diferencias culturales y la dificultad para encontrar un referente estético y visual claro con el que comparar la calidad de las ilustraciones, dificultaban enormemente la tarea de los primeros editores.

A mediados de la década de 1990, se produjo una revolución editorial con la adopción del formato original japonés *tankōbon*. Frente a las publicaciones de tamaño habitual del cómic americano, muy finas y con pocas páginas, algunos editores apostaron por el pequeño for-

mato de tomos gruesos, apenas superior a un A5, pero con doscientas páginas en blanco y negro cada uno, a semejanza de las recopilaciones niponas para coleccionistas y bibliófilos. Hasta entonces, el formato de cada obra quedaba a elección del editor responsable, y a menudo se recurría al modelo tradicional empleado en las publicaciones de cómic americano y europeo, aunque con ligeras variaciones para adecuarlo a las peculiaridades del manga.

En poco tiempo el formato japonés se convirtió en el preferido de los lectores y coleccionistas. La sorpresa de los editores fue mayúscula cuando los primeros empezaron a exigir publicaciones lo más fieles posible a la edición japonesa, tal vez buscando en ello un modo de acercarse a la auténtica cultura nipona. En contra de lo esperado años atrás, el lector demandaba un manga que fuese lo más original posible, con el formato de lectura oriental, recogiendo expresiones y modismos en japonés, sin onomatopeyas traducidas y con anotaciones a pie de página en vez de modificar los elementos del dibujo. Esto no sólo satisfizo al propio lector, sino también a los editores, que vieron como se reducían drásticamente los costes de traducción y producción.

“Las compañías japonesas ya no necesitan adaptar los productos procedentes de la cultura pop - al menos no al nivel que era necesario en el pasado - para satisfacer al consumidor

americano. Incluso el manga que se traduce hoy en día al inglés conserva algunas voces japonesas escritas en sus caracteres originales, indescifrables e ilegibles para la mayoría de los estadounidenses, pero incluso así consideradas *guay*”<sup>40</sup>. Del mismo modo, el público occidental prefiere respetar el sentido de lectura original y conservar las onomatopeyas, escritas en japonés, como parte integrante del dibujo, por cuestiones estéticas y de fidelidad respecto a las ilustraciones de la edición nipona. Asimismo, las editoriales occidentales, siguiendo las preferencias del público, incluyen anotaciones a pie de página sobre giros, expresiones y frases hechas presentes en las obras, en vez de modificar el contenido de los bocadillos.

En cierto modo, la pretensión de autenticidad demandada por el público occidental no deja de ser una ilusión. En Europa y EEUU se experimenta el manga desde un punto de vista muy diferente, alejado por completo del producto mercantil, barato y de rápido consumo que es en Japón. Peter Carey, dos veces ganador del Premio Booker de literatura, ponía de manifiesto el diferente estatus del manga en Japón: “Aquel culto alternativo Neoyoquino, en Japón constituía un gran negocio que en 1995 había vendido mil novecientos millones de mangas (un pasmoso cuarenta por ciento de las ventas totales de revistas). En Japón todo el mundo leía mangas, excepto los recién nacidos o los

<sup>40</sup> KELTS, Roland. Op. cit. p.24.

moribundos"<sup>41</sup>. En occidente se disfruta de traducciones de calidad, buenas impresiones y series completas, constituidas por muchos tomos, publicadas en un período de tiempo breve, que en Japón tardarían varios años en completarse. Últimamente, algunas editoriales comienzan a lanzar al mercado series de gran popularidad en Japón (y reconocimiento internacional gracias a Internet), aún abiertas e inconclusas, con plazos de publicación mucho más dilatados. Este tipo de iniciativas pretenden seducir al lector europeo y americano con títulos de éxito antes que las editoriales de la competencia, negociando prematuramente los derechos de distribución y explotaciones de las series.

El Grupo Glénat se convirtió rápidamente en una empresa paradigmática dentro del mercado editorial, presente en Francia, España - creada en 1990 a imagen de la empresa matriz francesa - Bélgica, Países Bajos y Luxemburgo. A mediados de los años noventa consolidó su pujanza como editorial de cómic gracias a la comercialización del manga superventas *Dragon Ball*, publicado mensualmente en Francia desde 1993, logrando una tirada media superior a los trescientos mil ejemplares. En el mercado francés, el más importante de Europa, el manga de bolsillo ha crecido un 350% en los últimos años, y lo mismo sucede en otros países como Alemania o España, donde las publicaciones de manga constituyen más de la mitad de las ventas totales

de cómics. Siguiendo esta tendencia, en EEUU la editorial Tokyopop fue la primera en adaptar el formato japonés de menores proporciones.

En las últimas dos décadas, algunas editoriales de Estados Unidos y de diferentes países europeos han lanzado al mercado revistas de manga a imitación de las publicaciones periódicas japonesas. Como estas, constan de entre 200 y 300 páginas dispuestas en el sentido de lectura oriental, de derecha a izquierda, y a un precio más elevado que las originales japonesas. Normalmente están impresas con mejor calidad, en un papel de poco gramaje, ligeramente satinado y con superior definición. En Norteamérica, la productora Viz Media comercializa la edición estadounidense de la revista *Shōnen Jump* (fig.33). En Alemania, Carlsen publica la exitosa versión de la *Jump* japonesa bajo el nombre *Banzai!* En España también han empezado a venderse algunas revistas, gruesas como guías telefónicas, a imagen de los semanarios nipones.

En Europa tanto el anime como el manga suelen distribuirse a través de canales diferenciados, aunque en los últimos años algunas editoriales han empezado a actuar como productoras y viceversa, lanzando artículos de manera conjunta, pensados para un mercado global. En España, la productora audiovisual Selecta Visión o la multinacional italiana Panini, crearon divisio-



33

<sup>41</sup> CAREY, Peter. *Equivocado sobre Japón. El Viaje de un Padre y su Hijo*. p. 21.

nes de manga y anime diferenciadas, cuando originalmente se concentraban en uno de estos dos medios. En EEUU, no obstante, la mayor parte de las grandes distribuidoras y empresas especializadas en manga y anime los comercializan conjuntamente. En muchas tiendas se ofertan simultáneamente los dvd de las series de anime junto a los manga en los que se inspiran. El reducido tamaño de los tomos japoneses *tankôbon* contribuyó al éxito de ambos productos, al poder situar los libros a la par que los estuches de dvd, de dimensiones similares. Un estudio realizado a comienzos del año 2003 por la empresa norteamericana Tokyopop, estimaba los beneficios por las ventas de dvd y películas de anime en EEUU en más de quinientos millones de dólares, un cálculo que a la postre se quedaría corto y sería superado por las cifras reales del mercado<sup>42</sup>.

La empresa Tokyopop, consciente de las diferencias temáticas existentes entre la industria estadounidense del cómic y los productos importados del mercado japonés, diseñó un sistema de calificación por edades y contenidos para las publicaciones manga comercializadas bajo su sello editorial. Este sistema no tardó en ser adoptado por muchas otras distribuidoras de manga, gozando de una buena acogida generalizada, tanto entre los profesionales como a nivel social, donde todavía se percibía el manga con desconfianza, por las tradicionales

asociaciones de este medio con historias violentas y sexualidad desenfrenada. En ese sentido, del mismo modo que Internet ha facilitado la difusión internacional de diferentes series de manga y anime, y la creación de *fansubs* y multitud de páginas de aficionados, también ha posibilitado la multiplicación de los contenidos eróticos *hentai* en la red, a imagen de las páginas y portales pornográficos que inundan el ciberespacio. El principal problema estriba en la ausencia de una legislación definida y bien tipificada al respecto; al igual que sucede con la mayoría de páginas de material abiertamente sexual, apenas existe regularización del medio, ni advertencias o calificaciones por edades referentes a los contenidos que se muestran. Existe una gran cantidad de archivos para su descarga directa, tanto ilustraciones, como historias manga o vídeos de anime pornográfico sin restricciones para menores o advertencias acerca de la explicitud de los mismos.

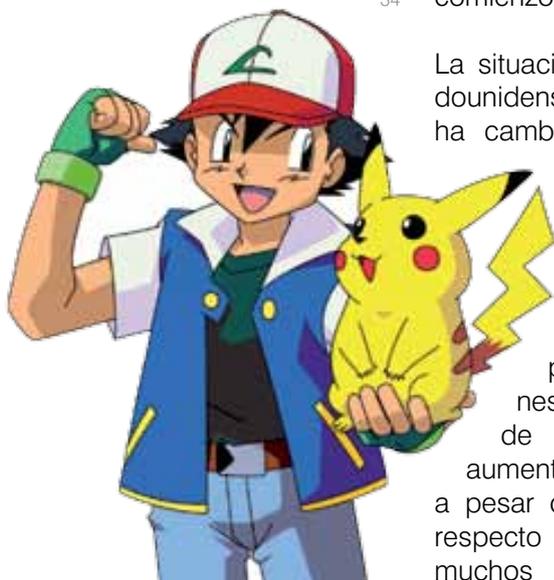
En la actualidad, el mercado del anime en EEUU, comercializado a través de diferentes soportes de video y dvd, genera unos beneficios estimados en más de medio billón de dólares. Todo ello sin contabilizar los ingresos procedentes de las industrias auxiliares como la televisión, el merchandising, las regalías derivadas de la venta de juguetes o la distribución de juegos de mesa y cartas. Más de una docena de cadenas de televisión norteamericanas emiten series

<sup>43</sup> KELTS, Roland. Op. cit. p.20.

<sup>42</sup> BROOKE, James. "Heart of Japanese Animation Beats in a Robot Boy" [en línea]. *The New York Times*.

<sup>44</sup> Cabría matizar, no obstante, que las creaciones para la cadena privada Cartoon Network de Genndy Tartakovsky (*Supernenas* o *Samuray Jack* entre otras)

de anime japonés con regularidad. “No son únicamente los títulos de manga y anime por sí mismos los que provocan este noviazgo de Estados Unidos con una cultura distante, a miles de kilómetros a través del océano Pacífico. Lo que podríamos llamar ‘estilo anime’ impregna prácticamente cada característica de la imagen contemporánea de Japón”<sup>43</sup>. Al contrario de lo sucedido en el siglo XIX o en décadas anteriores, este nuevo japonismo no se asocia de manera parcial a aspectos concretos de la realidad japonesa, como su estética, el arte, la literatura, o la industria y economía, sino a una cultura global que impregna todos los elementos de la sociedad contemporánea. A través de la denominada “cultura pop”, capitaneada por dos medios ligados al ocio y entretenimiento como son el anime y el manga, Japón se ha convertido en uno de los principales exportadores culturales a nivel internacional de comienzos del siglo XXI.



34

La situación del mercado estadounidense respecto a Europa ha cambiado radicalmente en las últimas dos décadas. Hoy en día el aficionado norteamericano tiene a su disposición un nutrido surtido de películas y publicaciones, y las retransmisiones de anime por televisión aumentan progresivamente a pesar de la estricta censura respecto a los contenidos de muchos de estos programas,

considerados a priori infantiles. Además, en la mayoría de los casos, las series de manga y anime que se consumen se caracterizan por ser poco variadas en las temáticas, ingenuas y excesivamente comerciales, adecuadas a los gustos y estrategias del mercado estadounidense. La percepción que se obtiene a la postre es que en el mercado europeo tal vez no exista una oferta tan amplia, pero la variedad y la calidad de los productos demandados por el grueso de aficionados es, en general, muy superior. Para Susan Napier “*el sesenta por ciento de toda la animación mundial en televisión es anime. Algunas series anime para niños, como Yu-Gi-Oh o Pokemon, están en el ranking de los diez programas infantiles más vistos (tercero y sexto respectivamente). Incluso programas de matriz americana, como las Supernenas*<sup>44</sup> (...), muestran una evidente inspiración anime”<sup>45</sup>. Yu-Gi-Oh o Pokemon (fig.34) son series paradigmáticas de los intereses e inclinaciones del público americano, con una vocación claramente mercantil, a menudo publicitadas – algo bastante inusual en la industria del manga y del anime – asociadas a un videojuego y con un enorme despliegue de merchandising. Para muchos críticos y aficionados representan la peor cara del anime, muy lejos de la calidad y profundidad narrativa de otras producciones modernas. Para otros analistas, en cambio, ejemplifican la faceta más internacional del manga-anime, y la capacidad de trans-

no son, en nuestra opinión, un ejemplo tan claro de esta tendencia. La influencia es notable, pero sin caer en la burda copia. Su original y simpática animación la alejan de otros subproductos de ínfima calidad que se limitan a imitar el imaginario manga.

<sup>45</sup> NAPIER, Susan J. *Anime. From Akira to Howl's Moving Castle*. p. X.

cender su especificidad japonesa para alcanzar a un público global.

Por otra parte, S. Napier incide de un modo significativo en una nueva corriente inaugurada en los últimos años, cuando alude a la reciente creación de productos de influencia anime por parte de algunas empresas occidentales. En determinados círculos esta tendencia se ha denominado coloquialmente "Amerimanga", cuyos productos se caracterizan por imitar la estética considerada 'típica' del manga, pero conservando los argumentos y las narraciones autóctonas, en un intento por acomodar el imaginario anime al código y regulaciones de las historias americanas. Este fenómeno nace auspiciado por algunos dibujantes de cómic norteamericanos y empresas de animación occidentales, que pretenden imitar a sus homólogas japonesas con producciones que repiten los estereotipos más visibles de las series de manga y anime, pero prescindiendo por completo de las intrincadas connotaciones culturales.

Entre los estudiosos y aficionados persiste la eterna discusión sobre si este tipo de publicaciones pueden considerarse manga. Su apariencia externa revela una aproximación superficial al código interno del manga, a menudo perpetuado con los consabidos clichés. Para los puristas se trata tan sólo de pseudo-manga, mientras que para otros críticos, más abiertos a nuevos lenguajes, es una muestra de las

posibilidades creativas de este medio. No cabe duda de que la pureza del manga no tiene razón de ser per se, dada la retroalimentación existente entre el cómic estadounidense y europeo y el manga japonés, así como la influencia pasada y presente de numerosos autores extranjeros, fundamentalmente norteamericanos, en diferentes mangakas de renombre.

En los últimos años, algunas series infantiles han ido adquiriendo una mayor popularidad en la parrilla televisiva, en ocasiones a costa de retoques y cortes en el metraje original, a fin de adecuarlas a los códigos de regulación de la industria del entretenimiento. Además, el anime ha empezado a generalizarse en algunas cadenas temáticas privadas (Cartoon Network, Fox, Sci-fi Channel, etc.), con un notable éxito en la franja horaria destinada al público adulto. "*Las estadísticas no hacen sino demostrar la creciente popularidad del anime entre distintos grupos de edades y sexos*"<sup>46</sup>.

Al igual que sucede en el mercado editorial, la industria del anime en Japón está dominada por tres grandes compañías, de notable antigüedad y gran tradición. Por tamaño, volumen de ventas y número de empleados se asemejan más a multinacionales como Disney o a grandes productoras hollywoodienses - con decenas de proyectos anuales - que a los pequeños estudios de animación americanos y europeos como Pixar,

<sup>46</sup> Ibid.

<sup>47</sup> AD son las siglas de Animation Development.

Dreamworks Animation o Aardman, que raramente simultanean más de dos o tres largometrajes. Estos últimos tienen su equivalente nipón en los prestigiosos estudios de animación independiente Ghibli, u otras empresas que en los últimos años han ampliado enormemente su presencia internacional gracias a series de gran calidad y cuidada puesta en escena.

Por tamaño empresarial y tradición comercial, la Toei Animation es la mayor productora de animación de Japón, rivalizando por volumen de ventas con la TMS Entertainment Limited. Sunrise es el tercer gigante del mercado del anime japonés. En mayo de 1998 la TMS (Tokyo Movie Shinsha), junto con la Toei Animation, Sunrise y NAS (Nihon Ad<sup>47</sup> Systems, Inc.), capitaneados por la multinacional Sony Pictures Television International, lanzaron en Japón un canal de pago por satélite dedicado en exclusiva a la emisión de anime, conocido como Animax. En los últimos años, Animax ha iniciado una agresiva estrategia de expansión a nivel internacional y en la actualidad está presente en los cinco continentes, disponible en más de cuarenta millones de hogares de cincuenta países. A parte de actuar como plataforma de difusión con una proyección internacional capaz de hacer frente a otras distribuidoras extranjeras muy potentes, sirve para dar salida al gran catálogo de títulos de las compañías que lo integran, y que de otro modo permanecerían olvidados ha-

biendo cumplido su misión en el mercado japonés, dado el enorme volumen de series existente en este país.

La mayoría de analistas y estudiosos coinciden al afirmar que uno de los principales motivos del auge del manga en el mercado internacional actual es el éxito que alcanzan las historias de diferentes géneros entre las lectoras femeninas y, de un modo significativo, el gran atractivo e impacto que tienen las publicaciones *shōjo* entre las niñas y chicas occidentales. Los principales distribuidores y editoriales de Europa y Estados Unidos son conscientes del importante mercado que representa este nuevo público, en especial si se tiene en cuenta que, tradicionalmente, el mercado del cómic estaba dirigido en su mayoría al sector masculino. Las colecciones de cómics de superhéroes de las editoriales Marvel y DC estaban capitalizadas fundamentalmente por hombres. Más aun, la importancia del auge del manga para chicas en los mercados occidentales radica en que las lectoras actuales corresponden a una primera generación de consumidores, lo que augura un crecimiento de la industria a medida que estas vayan demandando nuevas publicaciones, de temática más adulta y acorde con sus gustos e inquietudes.

Las ventas de manga en el mercado estadounidense aumentaron considerablemente desde los 55 millones alcanzados en el año 2002 hasta los 125 millones

de dólares obtenidos apenas dos años más tarde. De acuerdo con las editoriales Tokyopop y Viz Media, principales distribuidoras americanas de *shôjo* manga, el nicho de mercado más potente en la actualidad comprende a las chicas de entre doce y diecisiete años. Hoy en día, las mujeres constituyen más del sesenta por ciento de las lectoras de manga en EEUU<sup>48</sup>.

*“Los cómics americanos se centran en los superhéroes y en combatir el mal. Los manga tienen más fantasía y romanticismo. El dibujo es más hermoso. Estas sencillas afirmaciones resumen el porqué las niñas habían abandonado los cómics de superhéroes estadounidenses desde hacía muchos años, un mercado fundamentalmente dominado por coleccionistas masculinos que guardan los cómics en bolsas de plástico a fin de conservarlos en perfectas condiciones”*.<sup>49</sup>

A menudo se suele afirmar que el manga *shôjo* triunfa con facilidad porque sus argumentos e historias son universales, más allá de localismos nipones o estrecheces culturales, y porque los personajes y sentimientos que estos manifiestan tienen vocación internacional. Para muchos autores, el éxito general del manga, y de forma significativa el del género *shôjo* para jovencitas, radica en la riqueza y complejidad de las tramas argumentales presentadas, y en la profundidad psicológica de los personajes, con los que el lec-

tor establece fácilmente vínculos emocionales. No obstante, a lo anterior podría sumarse la caracterización que de las mujeres se hace en el manga femenino, como un atributo positivo para su éxito y aceptación en el mercado internacional. De acuerdo con el artículo de *The New York Times* “Girl Power Fuels Manga Boom in U.S.”<sup>50</sup> (“El poder femenino alimenta el boom del manga en EEUU”), publicado en diciembre de 2004, se insinúa como las proporciones más discretas de las protagonistas femeninas de los manga para chicas serían del agrado de las lectoras, en detrimento de los personajes voluptuosos y mujeres esculturales características de muchos cómics estadounidenses. Las jóvenes lectoras buscan personajes frágiles y falibles con los que puedan identificarse, y no figuras femeninas idealizadas. Las heroínas del *shôjo* manga “no son masculinas, sino pequeñas y frágiles. Pero aun así poderosas. Ese es un sentimiento muy japonés. (...) Podría ser más satisfactorio para las lectoras leer manga o ver anime con personajes heroicos que no respondan a modelos de comportamiento sino a modelos cotidianos, que no muestren a las lectoras cómo deben actuar, sino como son en realidad”<sup>51</sup>.

“Mientras que los padres han organizado campañas en contra de algunos libros de Judy Blume o Roald Dahl, ha habido muy pocas quejas en contra del manga, de acuerdo a una encuesta realizada por Fletcher-Spear a

<sup>48</sup> GLAZER, Sarah. “Manga for Girls”. *The New York Times* [en línea].

<sup>49</sup> Ibid.

<sup>50</sup> GUSTINES, George Gene. “Girl Power Fuels Manga Boom in U.S.”. *The New York Times* [en línea].



35 John Lasseter (Disney-Pixar) y Hayao Miyazaki (Studio Ghibli) en la presentación en Estados Unidos del film del director japonés, titulado "Gake no ue no Ponyo" (Ponyo sobre el acantilado, 2008).

más de cien librerías del país. En realidad, podría deberse a que la mayoría de los adultos nunca han oído hablar de ello. Más del cuarenta por ciento de la población no conoce el medio, de acuerdo con una encuesta de mercado realizada por Viz Media. Y el manga no parece que capte la atención de las asociaciones de padres y profesores porque estos últimos casi nunca proponen cómics como deberes o los aceptan para resúmenes o redacciones de clase<sup>52</sup>. A pesar del importante volumen de negocio que representa dentro del mercado editorial actual y de las positivas previsiones de crecimiento para los próximos años, la penetración del manga en la sociedad norteamericana se ha limitado a sectores concretos, franjas de edad características y coleccionistas o entusiastas familiarizados con la cultura pop japonesa. El grueso de la sociedad estadounidense se ha mantenido al margen de la silenciosa conquista del manga y anime, ignorando por completo las peculiaridades de estos medios. Al contrario de lo que sucede en Japón, en EEUU y Europa el manga y anime son conocidos y forman parte de la sintaxis cotidiana de un sector muy reducido de la población, que se maneja con soltura en este medio a pesar de sus peculiaridades y lenguaje, mientras que la gran mayoría de la sociedad ni tan siquiera ha oído hablar de ello.

No obstante, la propia sociedad empieza a ser consciente de la creciente importancia de

este mercado, en parte gracias al cambio de mentalidad en algunos grandes estudios norteamericanos - como el renovador Pixar (fig.35) - que inspirados por sus homólogos japoneses ya no conciben la animación como un medio exclusivamente para niños, sino que ofertan un entretenimiento integral para todos los públicos. Incluso en aquellos sectores sociales donde la penetración del manga y el anime resulta más complejo, la importancia universal que la cultura pop japonesa tiene en muchísimos sectores - moda, cine, arte contemporáneo, literatura - contribuye a normalizar la percepción popular de ambos medios. Asimismo, la multiplicación de las cadenas televisivas con la implantación de la televisión digital terrestre y otras plataformas de pago con distribución por cable y satélite, vienen a satisfacer la diversificación en la demanda, programando muchas nuevas series de anime en horarios de máxima audiencia, o a través de canales específicos de animación japonesa. Además, el éxito intergeneracional de títulos populares como *Crayon Shin-Chan* o *Dragon Ball*, apoyados por la comercialización del manga, el merchandising y la parafernalia adjunta, ha posibilitado la reconciliación del anime japonés con amplios sectores desvinculados de los canales habituales de aficionados.

"No es que los dibujos animados japoneses sean mejores que los norteamericanos. Simplemente se trata de que, como plataforma

<sup>51</sup> ONO, Hideki; en: KELTS, Roland. Op. cit. p.166.

<sup>52</sup> GLAZER, Sarah. Op. cit.

cultural, el anime pudo influenciar a más gente a través de un espectro de la sociedad mucho más amplio. Cambió sus preferencias, pero al mismo tiempo diversificó las propuestas<sup>53</sup>. En cierto modo, las grandes empresas estadounidenses de animación, en línea con la sociedad americana de la época, posibilitaron la entrada del anime en muchos otros países al restringir las producciones animadas a un público exclusivamente infantil. Disney o Hanna-Barbera fueron durante décadas las principales proveedoras de animación infantil del mercado occidental, limitando el disfrute de este medio a los niños pequeños, y marginando, en cierto modo, a otros sectores sociales. No obstante, "las demandas de un mercado más maduro provocan desafíos adicionales, muchos de los cuales son financieros. Los niños se preocupan fundamentalmente de los personajes, y normalmente no tendrían reparos hacia una producción más sencilla y barata. Cuando las empresas tienen una audiencia adulta, son conscientes de que deben enfatizar en la calidad, que hoy en día significa tener el capital y la tecnología para producir obras en<sup>54</sup>CGI"<sup>55</sup>. Así pues, hoy en día aún conviven las producciones de bajo coste, con imágenes estáticas y pocos fotogramas por segundo, con proyectos de gran envergadura y buenos acabados. Estos no se suelen inspirar en series manga populares, sino que se diseñan específicamente para su producción audiovisual, y son historias normalmente bre-

ves y autoconclusivas, incluyendo poco más de veinte capítulos correspondientes a una temporada televisiva, frente a las primeras que a menudo se dilatan durante varios años, o mientras dure la serialización del manga original en el que se inspiran.

El principal interés del anime para el espectador occidental no recae únicamente en su cuidado aspecto visual y su fascinante estética. Aunque esta última faceta - axioma de la cultura tradicional japonesa - tiene un gran peso en muchas de las composiciones, visualmente deslumbrantes y revolucionarias, el eje del éxito del manga y el anime en el mercado extranjero recae, sobretodo, en la complejidad narrativa y en la oferta de personajes seductores y psicológicamente estimulantes.

A pesar de contar con excelentes cineastas de gran prestigio internacional, algunos de los cuales, como Kurosawa, Ozu o Mizoguchi, abanderaron la edad de oro del cine nipón, Japón nunca pudo competir con las industrias cinematográficas más potentes de los países occidentales y, en especial, con la poderosa industria Hollywoodiense. De este modo, los artistas y creadores más visionarios e innovadores terminaron por refugiarse en el anime y el manga, dos medios que, por una parte, les permitían afrontar elaboradas narraciones para un público adulto, y por otra les garantizaban continuidad e independencia, dado que la industria de la animación es-

<sup>53</sup> KELTS, Roland. Op. cit. p.198.

<sup>54</sup> Siglas de la voz inglesa "Computer-generated imagery", o imágenes generadas por ordenador.

<sup>55</sup> Ibid.

tadounidense, aunque de gran envergadura, se limitaba exclusivamente al público infantil.

En el mercado actual del anime, la solución tal vez pasa por imitar algunas de las estrategias empleadas por las editoriales oficiales con los dibujantes *dôjinshi* y las publicaciones *fanzine*, donde las primeras apoyan a los realizadores amateur como parte de la regeneración natural de la industria. En este sentido, la problemática de copyright para los anime radica en su divulgación no autorizada por parte de *fansubs* amateur y colectivos de aficionados que los distribuyen en diferentes idiomas. La gran ventaja de este sistema estriba en la facilidad y rapidez de la transmisión de contenidos, en contra de los canales de difusión habituales. La comercialización a través de la venta de derechos a diferentes cadenas de televisión o por medio de dvd conlleva un proceso legal lento y laborioso que acarrea grandes gastos, y la necesaria colaboración de distribuidoras nacionales. Tanto por el límite de contenidos que se pueden programar en un canal televisivo como por el coste de producción y traducción de una edición internacional, esta solución no satisface a muchos aficionados extranjeros que pueden esperar años a que se oficialice la distribución de su anime favorito en sus respectivos países, o no disfrutar de ello jamás. Las traducciones y doblajes, así como la producción industrial de los dvd generan un gasto importante para las empresas dis-

tribuidoras en el extranjero que no tienen garantías de recuperar la inversión en caso de que el anime no obtenga el éxito esperado. Sin embargo, la solución podría pasar por colaborar con los *fansubs* de los respectivos países o establecer canales de distribución por Internet, mucho más rápidos, eficaces y económicos, basando el sistema de beneficios no en la venta directa de dvd o de los derechos de distribución a un determinado canal de televisión, sino a través de la publicidad indirecta presente en esos espacios web. La sencillez para distribuir los contenidos a través de Internet simplifica mucho el proceso y permite a la empresa propietaria de los derechos comercializar las series directamente sin necesidad de negociar con distribuidoras o terceras partes.

Como se expuso con anterioridad, en la década de 1990, los lectores de manga solicitaron progresivamente ediciones más fieles a las originales niponas, que respetasen el sentido de lectura oriental, las onomatopeyas, símbolos y expresiones propias del idioma japonés, e incluyesen traducciones de calidad, así como notas y aclaraciones a pie de página. Todo ello conllevó una reducción muy considerable de los costes de producción y adaptación de las ediciones extranjeras, pero contentando, al mismo tiempo, las demandas del público. Del mismo modo, muchos aficionados actuales de anime reclaman poder escuchar la versión original, con las voces

y modismos del idioma japonés, lo que simplificaría enormemente el trabajo y costes de adaptación de los anime para el mercado internacional, evitando así los gastos y el tiempo invertidos en los doblajes. Esto posibilitaría lanzar a través de Internet los capítulos de las series de anime, con los subtítulos correspondientes convenientemente traducidos, apenas unas pocas horas después de su emisión oficial en la televisión japonesa. Esta fórmula permitiría difundir los episodios de anime de una manera rápida, eficaz, satisfactoria para los aficionados y oficial - respetando los derechos de autor y las leyes de copyright - de un modo similar a como lo están haciendo en la actualidad los fansubs de aficionados.

A mediados del año 2009, The Licensing Machine, una distribuidora dependiente del Grupo Panini, lanzó a través de su propio canal de Youtube una nueva iniciativa en este sentido, para difundir la serie de anime *Fullmetal Alchemist Brotherhood*. Panini, que había intentado penetrar en el saturado mercado español de venta de anime en dvd, obtuvo una desigual aceptación de las series comercializadas, obligando a replantearse la estrategia de distribución. La fórmula, que se aplicó simultáneamente en varios países occidentales donde Panini tenía los derechos de comercialización de la serie, consistió en emitir los primeros capítulos con una periodicidad diaria hasta alcanzar a la emisión japonesa, aún en antena, y

a partir de ese momento lanzar un nuevo episodio cada semana, apenas un día después de su visionado en los televisores nipones. A través del canal oficial en Youtube, se pueden visualizar los contenidos en alta definición y elegir entre multitud de idiomas subtitulados incluyendo, por supuesto, el castellano. La iniciativa obtuvo un éxito considerable, alcanzando cada episodio decenas de miles de reproducciones, y, sobretodo, con el beneplácito y la enhorabuena de la comunidad internacional de aficionados.

EL MERCADO ESPAÑOL.  
AKIRA Y DRAGON BALL

*“Los japoneses también les están ganando la carrera en un mercado que factura muchos millones al año: el de los superhéroes. Una nueva mitología pagana, poblada de modernos guerreros dotados de superpoderes imposibles, a la que niños – y no tan niños – rinden incondicional culto. Los norteamericanos crearon ese mercado y mantuvieron durante años su monopolio. Nadie parecía capaz de hacerle sombra a Superman, Batman, Spiderman y demás campeones de la humanidad que defendían la civilización ataviados con pijamas multicolores. Pero en esto llegaron los japoneses, que los adelantaron por la derecha con sus modernos samuráis, que ofrecen más*



36

<sup>56</sup> BLANCO, Toño. *Dragón Z. Kamikazes católicos arrasan Galicia*. RTVG. p. 6.

<sup>57</sup> Literalmente "teatro de obras maestras".

acción, fantasía y violencia que los veteranos homólogos americanos. *Akira* y otros guerreros japoneses que mezclan artes marciales con el más sofisticado hi-tech causaron furor entre los chicos de todo Occidente”<sup>56</sup>.

Al igual que sucedió en el resto de mercados occidentales, los primeros contactos de la sociedad española con la cultura pop japonesa llegaron de la mano de las producciones animadas. Los primeros programas de anime aparecieron en España a mediados de la década de 1970, sin demasiada repercusión entre el público. El despegue real se produjo en 1975 con la emisión del anime *Heidi* (fig.36), producida por Zuiyo Enterprises, dirigida por Isao Takahata y con la participación de Hayao Miyazaki como director artístico. La serie, perteneciente a la colección Meisaku<sup>57</sup> (basadas en clásicos literarios), constaba de 52 capítulos, y alcanzó un éxito enorme entre niños y mayores. Esta popularidad propició la llegada de muchas otras producciones de esta misma colección Meisaku, ahora bajo la tutela de la Nippon Animation, y que igualmente recibieron una notable acogida de crítica y público.

37



En 1978 se estrenó *Mazinger Z* (fig.37), una serie de animación que adaptaba las historias del robot gigante del dibujante Gô Nagai. Su éxito fue superior, si cabe, al alcanzado con *Heidi* y el resto de productos de la Nippon Animation. Sin embargo, *Mazinger* sufriría

uno de los principales estigmas que acusan el manga y anime en nuestro país y en todo occidente, y no tardó en ser cancelada, fruto de la controversia, amparándose en la supuesta violencia de las imágenes que exhibía.

Siguiendo un método parecido al empleado por las editoriales americanas, a raíz de estos primeros éxitos comenzaron a publicarse en España y otros países de Europa diferentes comic-books de las series emitidas, con resultados lamentables. Una excepción notable fue la publicación del manga *Candy Candy* (fig.38), obra de la autora Kyoko Mizuki<sup>58</sup> y la dibujante Yumiko Igarashi, a partir de una versión coloreada del cómic original que se editó por primera vez en Italia. Las series de éxito



38

<sup>58</sup> Kyoko Mizuki es uno de los seudónimos empleados por la escritora Keiko Nagita. Candy Candy fue publicado por la editorial Kôdansha en la revista de género shôjo Nakayoshi entre 1975 y 1979.



40

no encontraban un seguimiento equiparable en el mercado editorial, y los productos comercializados eran de muy mala calidad. Curiosamente, los primeros manga auténticos distribuidos en nuestro país eran de temática adulta, sin correspondencia alguna con las series de anime emitidas en televisión, incluidos en publicaciones como el célebre *El Víbora*, de Ediciones La Cúpula, en 1980. Durante unos años y hasta el cambio de década, el mercado del manga en España continuó bajo esta dinámica, caracterizado por la incertidumbre editorial y la ausencia de títulos relevantes y populares que contribuyesen a invertir la tendencia del mercado.

Los años noventa fueron determinantes en el desarrollo y expansión del manga y el anime en nuestro país. El estreno de *Akira* (fig.39), y la publicación del manga homónimo – a partir de la edición norteamericana – simultáneamente en toda Europa marcó un punto de inflexión, como ya había ocurrido en EEUU. La epopeya de Katsuhiro Ôtomo transformó la percepción general que hasta entonces se tenía de este medio.

En las mismas fechas, en España tuvo lugar un acontecimiento tanto o más importante para el mercado nacional. En febrero de 1990 la Televisión de Galicia<sup>59</sup> estrenaba la serie de anime *Dra-*

39



<sup>59</sup> Existen discrepancias acerca de la fecha original de emisión en España y de la cadena televisiva responsable. En algunas publicaciones nacionales acerca de manga se afirma que fue la cadena autonómica catalana TV3 la primera en emitir *Dragon Ball*, bajo el título *Bola de Drac* y doblado al idioma catalán, el 15 de Febrero de 1990. A tenor de los datos recogidos, se puede afirmar que la TVG emitió el primer episodio el 8 de febrero de 1990, bajo el título "As Bolas Máxicas" y doblado al gallego. Independientemente de este hecho, la importancia de la emisión en la cadena autonómica catalana tuvo una enorme importancia, en parte debido a la singular relevancia del manga en Cataluña dentro del conjunto del mercado español, por el elevado volumen de ventas, así como por su proximidad con el potente mercado francés, la presencia en Cataluña de muchas de las principales editoriales de manga en España y por el carácter pionero respecto a la emisión de numerosos anime de la cadena TV3.

*gon Ball* (fig.40), basada en el manga del mismo título creado por el célebre dibujante Akira Toriyama. Pocos meses más tarde el fenómeno se extendió a las diferentes cadenas regionales, amparado por el éxito arrollador entre el público de todas las edades. Su pequeño protagonista, Son Gokû, consiguió ganarse en muy poco tiempo el cariño de una legión de fans incondicionales, de edad y ocupación de lo más dispar, amén de un grupo de detractores que esgrimían como argumento sus elevadas dosis de violencia. De lo que no hay duda es de que “*Dragon Ball era el amanecer de una nueva era*”<sup>60</sup>.

Akira y Son Gokû actuaron como Caballo de Troya del manga y el anime en España. El éxito de *Dragon Ball* venía precedido de otro gran triunfo televisivo, a mediados de la década de 1980, de un anime del mismo autor, titulado *Doctor Slump* (fig.41), aunque sin cosechar los espectaculares resultados de Son Gokû.

41



La inexistencia en nuestro país de merchandising relacionado con la serie gestó la aparición de un auténtico mercado negro en el que se comerciaba con fotocopias de dibujos, pósters de los personajes o extractos coloreados del manga original en japonés. Las editoriales y distribuidoras españolas tardaron casi un año en percatarse de las posibilidades reales del mercado, y para cuando se dieron cuenta, algunos comerciantes ya habían obtenido

pingües beneficios con la venta de productos extraoficiales. En los meses siguientes, pósters, muñecos, cromos, camisetas y revistas terminaron por saturar las tiendas y comercios. “*La primera tirada de 400.000 álbumes y 14 millones de cromos se esfumaron más rápido que una promesa electoral*”<sup>61</sup>.

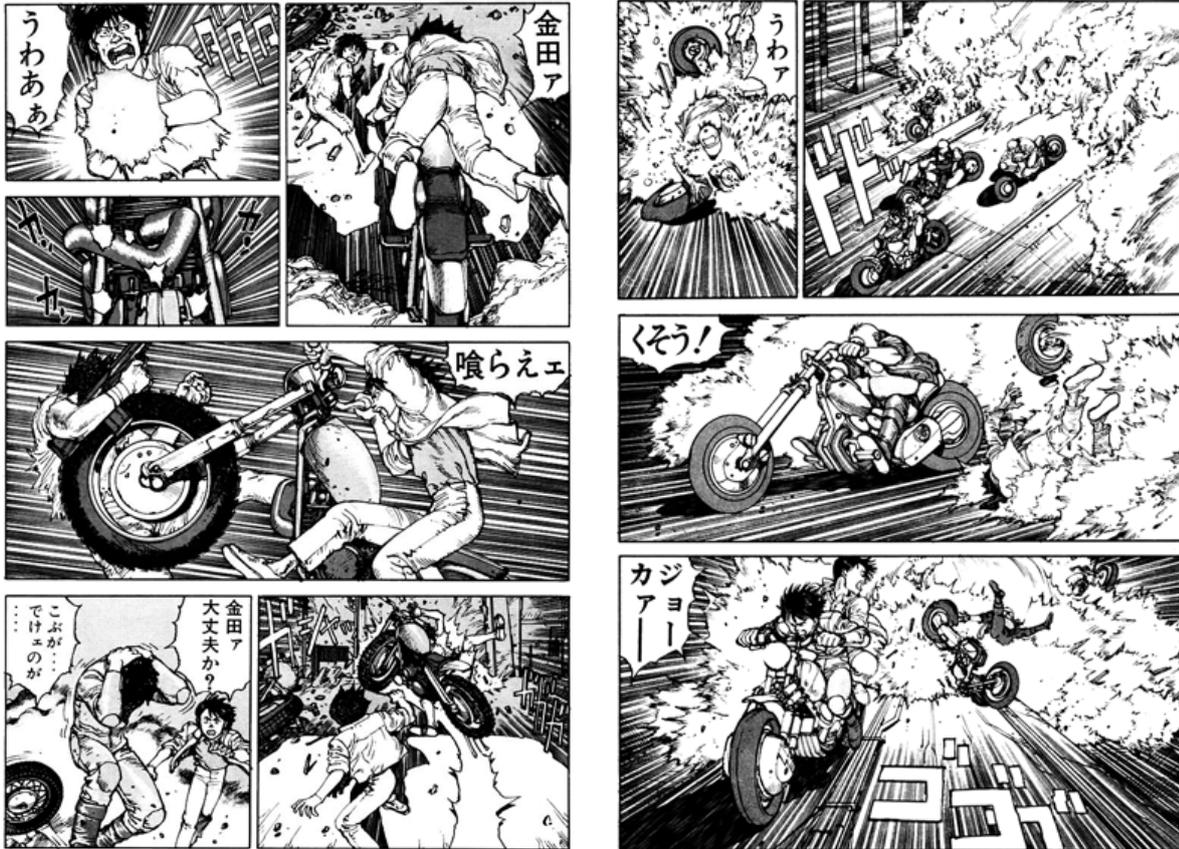
Muchos niños y jóvenes hallaron en *Dragon Ball* una vía para penetrar en el incipiente universo del cómic japonés. De igual modo, la aparición del manga de Toriyama facilitaba a los diferentes editores el traer nuevas colecciones a un mercado moribundo. Antes de la llegada de Son Gokû “*los tebeos de señores en pijama eran tan sólo un reflejo de su antiguo esplendor. Tan sólo una minoría oscilaba entre los 12.000 y los 15.000 ejemplares por número*”<sup>62</sup>. En 1992, la Editorial española Planeta-De Agostini comercializa el manga de *Dragon Ball*, tanto en castellano como en catalán. Debido a su enorme éxito, muchos editores se animan a distribuir nuevas obras japonesas para un público ávido de títulos.

En el año 1990, *Akira* (fig.42) se revela como un coloso editorial que contribuye a derribar las taras que durante décadas habían dificultado la implantación de un mercado de manga fuerte y estable en España. Publicado por Ediciones B, *Akira* se dirigía al mismo tiempo hacia otro público para el que la fantasía adolescente de Toriyama no dejaba de ser un divertimento inocen-

<sup>60</sup> ROIG, Sebastián. Op. cit. p. 219.

<sup>61</sup> BLANCO, Toño. Op. cit. p. 8.

<sup>62</sup> ROIG, Sebastián. Op. cit. p. 219.



te. Ambientada en Neo-Tokio, “aquella saga futurista de 2000 páginas (...) era fascinante y espectacular. (...) *Dragon Ball* y *Otomo* van a ser los puentes del gran desembarco japonés. Dos años después, aquello era *Pearl Harbour*”<sup>63</sup>.

En los años siguientes, otros títulos de anime aparecieron en diferentes cadenas de televisión españolas gozando de una buena acogida. Series como *Saint Seiya* (*Los Caballeros del Zodíaco*) o *Captain Tsubasa* (*Campeones*), inspiradas en las publicaciones homónimas de Masami Kurumada y Yôichi Takahashi, recogieron el testigo entregado

por Son Gokû, aunque ninguna de ellas llegó a superar el nivel de popularidad alcanzado por *Dragon Ball*. En lo referente al mercado de las publicaciones de manga, los primeros años de la década de 1990 vinieron marcados por el crecimiento y expansión de los diferentes grupos editoriales.

Simultáneamente, comenzaron a surgir voces contrarias al manga entre algunos autores autóctonos, que veían en este nuevo medio una competencia imposible de superar. “*En medio del ascenso de superhéroes y nipones, el cómic para adultos no tenía ni futuro ni presente. A los*

42

<sup>63</sup> Ibid. p. 224

<sup>64</sup> Ibid. p. 221

<sup>65</sup> El dibujante Albert Monteys dice “Hay muchos autores (...) indignadísimos con el manga. Tienen la sensación de que están perdiendo a los lectores, que por culpa de eso no se venden tebeos españoles. Si no se venden es porque no conectan, porque no interesan. El manga no saca lectores: los aporta nuevos. Y eso ya es bueno”; en ROIG, Sebastián. Op. cit. p. 223.

*autores catalanes les costaba mucho colocar sus proyectos*<sup>64</sup>. La repentina llegada del manga al mercado editorial produjo una doble fractura generacional<sup>65</sup> en el mundo de la historieta en España, entre la actitud crítica de los autores patrios y los coleccionistas más mayores, y los nuevos editores y aficionados al manga y anime. Mientras los lectores más jóvenes manifestaban un entusiasmo considerable, *“la mayoría del stablishment del tebeo le va a dar la espalda. Otakus y ‘antimanga’ se van a tirar los trastos a la cabeza*<sup>66</sup>. Junto a Ediciones B o a Planeta-De Agostini, responsables de las publicaciones de *Akira* y *Dragon Ball*, otras editoriales fueron adquiriendo un mayor protagonismo a lo largo de esos primeros años de bonanza, como el grupo francés Glénat, instalado en Barcelona desde el año 1993 y capitaneado inicialmente por Joan Navarro, y Norma Editorial, que adquirió un gran protagonismo en los últimos años de la década, cuando el mercado del manga en España comenzaba a perder intensidad.

La situación de las editoriales catalanas a finales de la década de 1990 era sintomática de lo que estaba sucediendo en el resto del mercado español. Tanto las publicaciones tradicionales de superhéroes americanos como los nuevos títulos de manga procedentes del mercado japonés experimentaron un acusado descenso en el número de ventas. Tras el éxito inicial de *Dragon Ball* se comercializaron multitud de

nuevas publicaciones, pero en poco tiempo la mayoría de ellas fueron canceladas debido a las bajas cifras de ventas, abandonando a muchos coleccionistas con series inconclusas tras unos pocos números editados. Si la obra de Toriyama vendía sesenta mil ejemplares de cada número, otros títulos alcanzaban cifras de quince o veinte mil unidades, pero la gran mayoría apenas superaba las cuatro mil.

*“Sin intuirlo, la acción combinada de fans y la euforia de los editores va a sobredimensionar el mercado”*<sup>67</sup>. Al igual que había sucedido en los mercados europeo y estadounidense, el desconocimiento del medio por parte de los editores y la excesiva oferta de títulos para un mercado incipiente y de incierta evolución, incapaz de absorber la avalancha de nuevas publicaciones, terminaron por saturar el comercio nacional. Los editores pecaron de inexperiencia e ignorancia. Durante los primeros años, editaban multitud de historias que sonaban remotamente originales, o de dudoso prestigio o éxito reconocido, sin apenas discriminar y sin ser conscientes de la diferencia de escala respecto al gigantesco mercado japonés, donde conviven cientos de miles de títulos. *“En Japón, la publicación de cómics es un fenómeno insólito y masivo, que suele ir del brazo de los dibujos animados. ¡Los tebeos salen en revistas de trescientas a mil páginas! Estos tomos, siempre en blanco y negro, se tiran tras leerse de un tirón. En un país con*

<sup>66</sup> ROIG, Sebastiá. Op. cit. p. 223

<sup>67</sup> Ibid. p. 227

150 millones de habitantes, si un tebeo no vende medio millón de ejemplares es considerado una anécdota. Encima, hay tebeos para todo el mundo”<sup>68</sup>. A esto se sumaba el gran desconocimiento del idioma y, dada la novedad del medio en España, para muchos editores no resultaba nada fácil distinguir la calidad dibujística de un manga; “No sabíamos si estaba bien dibujado o mal dibujado (...) porque el grafismo del manga era muy diferente al nuestro”<sup>69</sup>.

A pesar de las inconsistencias heredadas de una deficiente y prematura gestión empresarial, el interés y entusiasmo por el manga y el anime arraigó en una nueva generación de jóvenes aficionados. Del mismo modo que había sucedido en Estados Unidos en años anteriores, los fans y editoriales españolas no tardaron demasiado en organizarse y celebrar en Barcelona la primera convención de manga en abril de 1995, y a raíz del gran éxito cosechado, el I Salón Internacional del Manga, Anime y Videojuego, en noviembre de ese mismo año.

Actualmente, parece que el manga en España apunta a una segunda juventud, tras el aluvión de principios de los noventa. Impera, sin embargo, la prudencia por parte de editores y comerciantes para no repetir los errores de los primeros años. Frente a la década de 1980, donde el anime era un fenómeno fundamentalmente televisivo, hoy en día el mercado audiovisual se

centra en la venta de DVDs, con ediciones cuidadas, mejores doblajes y, a menudo, la posibilidad de contar con el idioma original, muy apreciado por los más cinéfilos. Además, la generalización de Internet ha permitido el intercambio y descarga de títulos imposibles de conseguir en el mercado occidental y disponibles, sin embargo, en la red. En el marco editorial, las publicaciones están mucho más cuidadas tanto en las traducciones como en los acabados, respetando el formato *tankōbon* propio del original japonés en detrimento del *comic-book*. Además, algunos de los grupos editoriales han optado por traer de Japón manga destinados a un público más adulto y selectivo que, teóricamente, correspondería con aquella primera generación de aficionados surgida en los años noventa.

La madurez del mercado ha tenido su reflejo en la lógica y progresiva diversificación de las editoriales españolas especializadas en manga. Junto a las empresas más consolidadas como Planeta-DeAgostini, Ediciones B, Norma Editorial, La Cúpula o Glénat - que ya operaban a finales de la década de 1980 o comienzos de los años noventa - han surgido nuevas propuestas editoriales, con publicaciones innovadoras y de gran calidad, que han contribuido a revitalizar el panorama comercial nacional, como Ivrea, Panini Cómics, Ponent Mont, Otakuland, Banzai, Mangaline, Filabo o Medea, entre otras.

43



<sup>68</sup> Ibid. p. 223

<sup>69</sup> Ibid. p. 227

El *modus operandi* de Glénat en España es sintomático de esta evolución. Esta editorial es la principal distribuidora nacional de manga, y representa un segmento del mercado superior al treinta por ciento en cuanto al número de novedades editadas anualmente. En la actualidad, cuenta con un catálogo superior a los ciento veinte títulos de manga, y acumula más de mil doscientos volúmenes publicados. La oferta de Glénat es amplia y bien estructurada, a fin de satisfacer los gustos de un público cada vez más amplio y selectivo. A imagen de las publicaciones japonesas, comercializan productos que abarcan desde clásicos infantiles, a series para adultos de los géneros *seinen* y *jōsei*, así como títulos *shōnen* y *shōjo* de gran popularidad en todo el mundo. Además, a la variedad de obras antes referida se suma la mejora en los acabados en muchas de las publicaciones, y junto al formato *tankōbon* adoptado como estándar de la industria editorial, distribuye ediciones de coleccionista en formato *kanzenban*, con papel de alta calidad e impresiones a color, libros de ilustraciones y versiones *wideban* de varios cientos de páginas. Entre muchos otros títulos de renombre, es la responsable de distribuir en España las series del género *shōnen* tituladas *Naruto* (Masashi Kishimoto, 1999; fig.43) y *Bleach* (Tite Kubo, 2001; fig.44), de gran éxito internacional entre los lectores juveniles de ambos sexos, las sagas de la franquicia *Saint Seiya*, así como una

colección muy completa con las principales obras de la célebre *mangaka* Rumiko Takahashi.

Norma Editorial y Planeta-DeAgostini ofrecen una estructura empresarial parecida, si bien no poseen una oferta de manga tan variada y amplia como la editorial de matriz francesa. Ambas destacan por ofertar publicaciones de gran calidad y prestigio internacional, en especial en el caso de la primera, que se distingue por sus acabados excepcionales y ediciones para bibliófilos. La oferta de Norma del género *shōjo* manga resulta especialmente amplia, y la editorial es, asimismo, responsable de la distribución de muchas de las obras de Katsuhiko Ôtomo. Planeta-DeAgostini comercializa las series *Dr. Slump* (fig.45) y *Dragon Ball* de Akira Toriyama, *One Piece*, de Eiichiro Oda (fig.46), que es el manga en activo más vendido en Japón en la actualidad, o las obras de Naoki Urasawa (*Monster*, *20th Century Boys*, *Pluto*); además, dentro de una línea de publicaciones específica llamada Biblioteca Pachinko, distribuye títulos de contrastada calidad dirigidos a un público adulto.

En la última década, el número de ejemplares publicados anualmente en España se ha multiplicado por siete, pasando desde los poco más de cien tomos editados a comienzos del siglo XXI, hasta los más de setecientos volúmenes de manga distribuidos en los últimos dos años por editoriales nacionales. El crecimiento

44







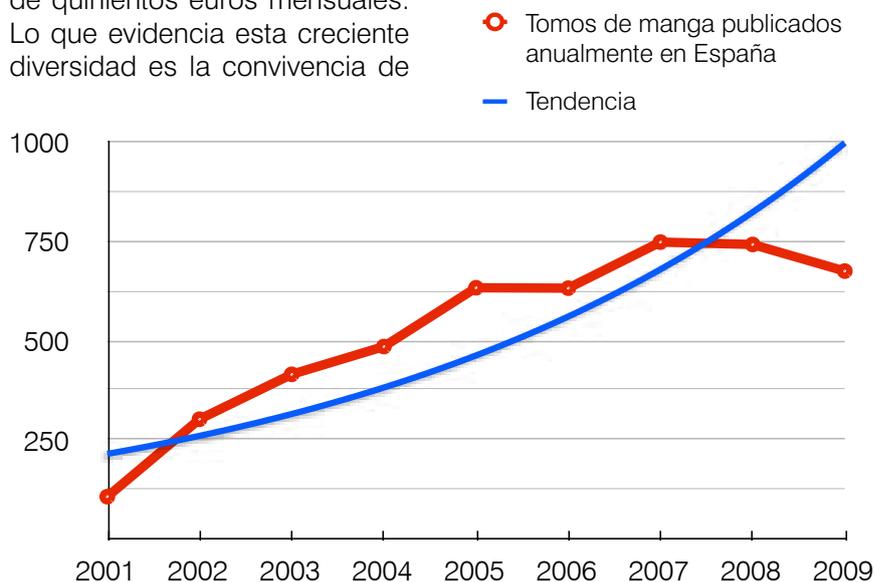
to sostenido pone de manifiesto la fortaleza de este sector del mercado del cómic, a pesar del leve descenso acusado durante el año 2009 (fig.47). No obstante, parece imposible que este incremento se mantenga - al menos al ritmo presente - en la próxima década. En la actualidad se publican cerca de sesenta tomos nuevos cada mes, lo que arroja una media ponderada de dos tomos inéditos cada día. Si bien es cierto que muchas series están constituidas por decenas de tomos cada una, y que un aficionado puede coleccionar simultáneamente varios títulos distintos, cabe preguntarse hasta qué punto el mercado nacional está preparado para absorber esta avalancha de novedades editoriales. Asimismo, junto a las altas cifras de nuevas publicaciones aparecidas cada año, resulta igualmente significativo el hecho de que de apenas cinco editoriales concentren, hoy en día, el noventa por ciento de los lanzamientos anuales de manga publicados en nuestro país.

El mercado español del manga ha madurado respecto a décadas anteriores. Los lectores y coleccionistas ya no se dejan llevar por modas pasajeras o por la influencia de las series más populares en las televisiones nacionales. En este sentido, parece cobrar mucha más fuerza la intrusión de Internet y la progresiva implantación de una subcultura global del manga en todo el mundo, en la que los fansubs y clubes nacionales, así como las editoriales regionales,

representan un eslabón más para el aficionado. En la década de los ochenta, el mercado era inexperto y el lector poco constante e interesado únicamente en títulos concretos. Hoy en día, junto a los nuevos y jóvenes lectores cohabita un sustrato de coleccionistas y entusiastas, deudores de aquellos primeros aficionados de hace dos décadas, constante e interesado a un nivel mucho más profundo en el manga como medio de comunicación y expresión en sí mismo.

Del mismo modo, el elevado número de publicaciones anuales y su ratio mensual revelan otra realidad, si cabe, más interesante. Parece razonable pensar que esta progresiva multiplicación de títulos responde a su vez a una mayor diversificación de los intereses de los aficionados, que ahora discriminan - ante la mayor oferta disponible - las diferentes series que eligen para su lectura y colección. Es muy improbable que un aficionado compre sesenta novedades mensuales, tanto por cuestiones de tiempo de lectura y almacenamiento, como por una simple cuestión económica. A una media de nueve euros por tomo, esta afición supondría el desembolso de más de quinientos euros mensuales. Lo que evidencia esta creciente diversidad es la convivencia de

46\_Crecimiento en el número de volúmenes de manga publicados anualmente en España.



diferentes tipos de compradores dentro del mercado nacional. A tenor de los datos recogidos por el gremio de Editores, a lo largo del año 2006 se publicaron en España seiscientos ochenta y tres volúmenes de manga. De estos, casi la mitad (57%) se correspondían con obras de género shônen, dirigidos a un público típicamente juvenil, compuesto mayoritariamente por niños, adolescentes y jóvenes. De los volúmenes restantes, un treinta y uno por ciento se especializaban en historias para chicas shôjo, y el veintisiete por ciento iba destinado a un lector adulto. Frente al lector unívoco de la década de 1980, hoy en día existe una mayor heterogeneidad de coleccionistas, que abarca desde niños y neófitos, interesados a menudo en las series de mayor popularidad del género shônen, o chicas y adolescentes seguidoras de las historias de los subgéneros shônen-ai y yaoi, a consumidores expertos, atraídos por publicaciones más adultas, marginales o de contrastada calidad literaria.

El ligero descenso en el número de volúmenes publicados durante el año 2009, tras años de crecimiento sostenido, responde a la negativa coyuntura económica y a la necesidad de reestructuración de la oferta por parte de las editoriales nacionales, y no debe interpretarse como un colapso del mercado del manga en España. Sin embargo, no se pueden obviar cuestiones de trasfondo que, independientemente de la crisis económica vigente,

suponen un motivo de preocupación para el mercado editorial. España es uno de los países occidentales con mayor índice de piratería y de descargas ilegales de productos con derechos de autor. En el pasado, el gran consumo de scanlations y las descargas de manga no se traducían de forma contundente en el mercado editorial. A menudo, los lectores – y en especial los coleccionistas – compaginan la lectura “digital” (mediante descargas o directamente online) con la compra de aquellos títulos que les interesa atesorar. Sin embargo, la pujanza del e-book vaticinada por los expertos para el próximo bienio puede suponer un duro golpe. La creciente calidad de los scanlations unida a la experiencia de lectura cada vez más satisfactoria que ofrecen los libros electrónicos puede producir un transvase de lectores más numeroso y preocupante para las editoriales que, a la larga, tendrán que apostar por títulos consolidados y ediciones de coleccionista con pretensiones bibliófilas.

Resulta complicado evaluar la evolución del mercado español con cifras precisas, más allá de percepciones generales, debido a la negativa de las editoriales nacionales de manga a ofrecer cifras de sus ventas, así como datos de la tirada de determinadas publicaciones. La mayoría de las estadísticas que se barajan entre los estudiosos nacionales responden más a estimaciones o consultas sesgadas realizadas en las tiendas

MARKETING Y  
MERCHANDISING.  
EL MODELO POKEMON:  
MANGA, JUGUETES Y  
VIDEOJUEGOS

La pasión japonesa por el cómic y la animación trasciende más allá de las profundas connotaciones culturales existentes entre el manga y anime contemporáneos y las formas tradicionales de la cultura nipona. El mercado del manga y anime es un negocio extremadamente rentable que genera unos beneficios anuales de miles de millones de dólares. Cada mes se estrenan más de cien producciones animadas en cines y cadenas de televisión de todo el país, que conllevan pingües retribuciones económicas. Además, las películas y series animadas y las publicaciones de manga no suponen más que una pequeña parte del negocio, cuyos mayores beneficios se concentran en la comercialización de productos asociados, como libros, juguetes, figuras de coleccionista o videojuegos. En el año 1994, los beneficios obtenidos por las ventas de merchandising y otros productos asociados al manga *Sailor Moon*, del autor Naoko Takeuchi, alcanzaron unos beneficios superiores a mil millo-

nes de dólares<sup>70</sup>. “El sector de productor asociados - desde videojuegos hasta juguetes mimosos - es potencialmente enorme. Los autores japoneses siempre han tenido el don de convertir las narraciones en una mezcla adictiva de interminables giros argumentales. *Dragonball* lleva veinte años y la saga no muestra signos de desfallecimiento. Una tercera generación de niños de siete años de edad está lista para *engancharse*”<sup>71</sup>.

En el año 1977, la multinacional juguetera Bandai lanzó al mercado un producto revolucionario, conocido como *gashapon*, destinado a transformar para siempre el mercado del merchandising y las figuras coleccionables dirigidas a los aficionados del manga y a los otaku. Los *gashapon* son pequeñas cápsulas, en cuyo interior se incluyen figuras de plástico o pvc de los personajes de las series de anime y manga más célebres, y que se venden en máquinas expendedoras por un precio módico (aproximadamente 200 ¥).

Fue un éxito inmediato. Desde su irrupción en el mercado japonés a finales de la década de 1970, el *gashapon* se consolidó como uno de los productos más innovadores y de mayor éxito de la industria juguetera nipona. Por una parte, apelaban al público con su bajo importe y buenos acabados frente a las costosas figuras y ediciones de lujo para coleccionistas, y por otra resultaban muy adecuadas para las viviendas japonesas dado su

48



<sup>70</sup> LEONARD, Andrew. Op. cit.

<sup>71</sup> KELTS, Roland. Op. cit. p.73



48 reducido tamaño. A mediados de los años ochenta, Bandai obtenía beneficios por valor de cientos de millones gracias a estos sencillos productos. Aunque este tipo de artículos son comercializados por numerosas compañías, hoy en día Bandai concentra la mayor cuota de mercado, con unas cifras de ventas que en el año 2005 superaban los 22 millones de unidades vendidas.

Las máquinas expendedoras de figuras "gashapon" o "gachapon" (juguetes-cápsula) son habituales en las tiendas de merchandising (fig.48), así como en pequeños establecimientos o a la entrada de supermercados y centros comerciales, y suelen incluir representaciones de los personajes más célebres de las series del manga o el anime. La palabra *gashapon* tiene su ori-

gen en el curioso universo de onomatopeyas japonés, y alude al ruido que hace la máquina expendedora al girar (*gasha*) y la bola al caer (*pon*). El éxito de este tipo de productos radica en su componente adictivo, por el deseo inconsciente de completar toda la colección de pequeños juguetes que genera entre los aficionados, al igual que sucede con los álbumes de cromos infantiles o las colecciones tradicionales de pegatinas y bagatelas que regalan con las golosinas. Asimismo, su precio individual barato y accesible suscita la ilusión de que no constituye un gasto elevado. No obstante, como el juguete sale al azar de la máquina expendedora y no es elegido por el comprador, el cliente puede invertir grandes sumas esperando obtener la figura de su personaje favorito, o aquella rareza necesaria para completar la colección. En la mayoría de los casos, siempre existen una o dos figuras menos accesibles, a menudo de los personajes más populares entre el público, que incitan al consumo y favorecen el intercambio de muñecos como si de álbumes de cromos infantiles se tratase. Esta actitud entre los consumidores contribuye, aun más, al éxito de estos pequeños juguetes. En muchos comercios es posible comprar la colección completa fuera de las cápsulas por un precio sensiblemente superior (fig.49). En el caso de algunas figuras, excepcionalmente raras o de difícil aparición, pueden alcanzar precios estratosféricos para un producto que, en origen,

# POKÉMON

50

pudo haber costado apenas dos o tres euros.

Otros productos de similar planteamiento, como los huevos de chocolate con figuras en su interior, alcanzaron un notable éxito gracias a la triple comunión entre personajes de series de éxito, el estilo *kawaii*<sup>72</sup> de algunos diseños, y la multiplicación de los puntos de venta. Al tratarse de productos alimenticios, se vendían en supermercados, tiendas de comestibles, papelerías, ultramarinos o tiendas de 24 h a lo largo y ancho de todo el país. Este modus operandi, de contrastada solvencia, es una parte fundamental del engranaje empresarial japonés y responde a muchas de las estrategias comerciales que los nipones han venido explotando, con notable éxito, a lo largo de las últimas cuatro décadas.

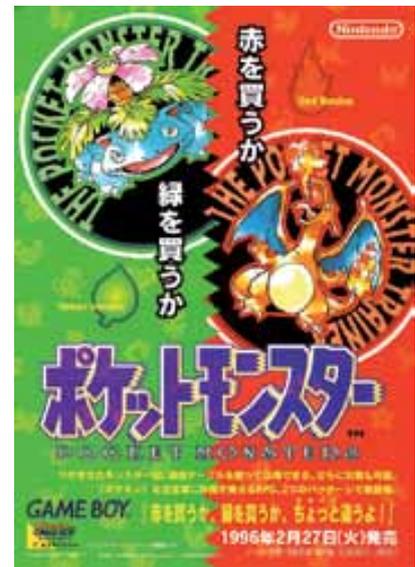
La fórmula magistral japonesa del éxito comercial consiste en un cuádruple mercado de anime, manga, videojuegos y merchandising, donde todos los productos se interrelacionan entre sí, provocando la movilidad del ciudadano entre los diferentes medios y fomentando el consumo. Un ejemplo paradigmático

de este proceder es la rentable franquicia Pokemon (fig.50), de la compañía Nintendo. “Los productores de Pokemon han sido capaces de crear lo que se conoce como la franquicia audiovisual archimultimillonaria del mismo nombre: videojuegos, anime, manga y los incipientes juegos de cartas”<sup>73</sup>.

La franquicia Pokemon, que en la actualidad goza de un estatus comercial similar a cualquier gran marca internacional, nació a raíz de la creación del videojuego del mismo nombre, diseñado por Satoshi Tajiri, en el año 1995. A efectos publicitarios, no obstante, se suele considerar como fecha de nacimiento del Universo Pokemon el día de la comercialización de las primeras versiones del videojuego, denominadas “Rojo” y “Verde”, para la consola portátil de la compañía Nintendo, el 27 de Febrero de 1996 (fig.51).

A mediados de la década de 1990, el mercado parecía anunciar la extinción de la pequeña consola Game Boy, con gráficos en blanco y negro, frente a las modernas y más potentes videoconsolas de salón de la propia Nintendo y otras compe-

51



<sup>72</sup> La voz japonesa *kawaii* es de difícil traducción al castellano. Originalmente significa “mono” o “entrañable”, pero también connota en menor o mayor medida dulce, tierno o vulnerable. En el siguiente capítulo se procederá a analizar con detenimiento la importancia de este término en la moda y cultura urbana nipona a lo largo de las últimas tres décadas, así como la evolución del vocablo *kawaii* hasta conformar una subcultura en sí misma.

<sup>73</sup> KELTS, Roland. Op. cit. p.17.

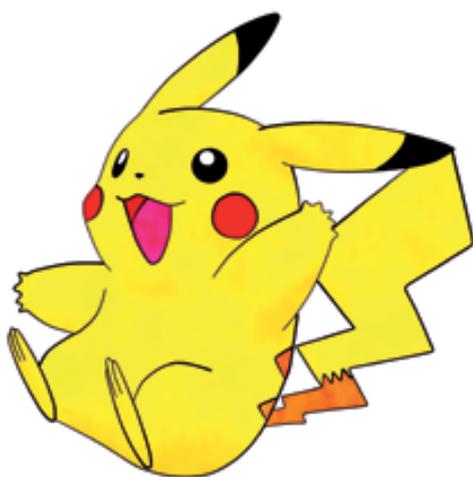


tidoras. "Cuando Tajiri finalizó Pokémon en 1996, la tecnología de la Game Boy estaba obsoleta. Ninguna revista o programa de televisión estaba remotamente interesado. Pensaban que la Game Boy estaba acabada. (...) Tampoco seducía lo más mínimo a los fabricantes de juguetes. Los gráficos inteligentes y los juegos más avanzados se iban a lanzar en formato CD-ROM para su uso en ordenadores domésticos, relegando las pequeñas imágenes de la Game Boy al olvido"<sup>74</sup>.

52 Pokémon no sólo supuso la salvación y revitalización del mercado de los dispositivos portátiles, sino que inauguró una nueva generación de juegos pensados para máquinas más pequeñas y manejables. A pesar de la tímida y fría acogida comercial inicial, lejos de los arranques espectaculares de otros títulos de éxito actuales, sus ventas aumentaron progresivamente y de manera sostenida, sin interrupción, hasta alcanzar en abril de 2008 la cifra de más de 180 millones de unidades, ocupando así el segundo lugar entre las sagas de videojuegos más vendidos de todo el mundo, sólo superada por el archiconocido fontanero animado Mario, también propiedad de la compañía Nintendo.

*muestra una bonita sonrisa y grita: ¡Pikachu! Acaba de conocer el más popular de entre todos los Pokémon, una criatura - en parte querubín y en parte dios del trueno - que es el ratón más famoso desde Mickey Mouse y Superratón*"<sup>75</sup>.

En el año 1997 se emitió en el canal japonés TV Tokyo el primer capítulo de la serie de animación inspirada en la saga Pokémon. Aunque las aventuras se desarrollan en el mismo universo Pokémon, abarcan un arco argumental alternativo, diferente al presentado en los videojuegos. En ellas se narran las aventuras de Satoshi (conocido en Occidente con el nombre Ash Ketchum; fig.52), un joven que inicia un largo viaje de entrenamiento con la intención de convertirse en un auténtico maestro Pokémon. La serie comienza con la partida de Satoshi en busca de aventuras, tras recibir su primer Pokémon, el emblemático Pikachu (fig.53), con el que debe desafiar a otros monstruos en numerosos enfrentamientos. La finalidad del viaje es ir perfeccionando su destreza en los combates, a fin de convertirse en un entrenador Pokémon, acompañado por nuevos amigos que conoce en el transcurso del mismo. Durante el periplo, el protagonista intenta capturar el mayor número de Pokémon diferentes, siguiendo el espíritu adictivo del videojuego en el que se inspira, bajo la máxima *Gotta Catch 'Em All!* (¡Atrápalos a todos!) que preside el comienzo de la serie animada. La



53 *"Empiece por coger la pequeña Nintendo Game Boy, inserte el cartucho correcto y enciéndala. Inmediatamente, una criatura con la cola en forma de rayo aparece dando botes a través de una secuencia animada,*

<sup>74</sup> CHUA-EOAN, Howard y LARIMER, Tim. "Beware of the Poke Mania". *Time Magazine* [en línea].

<sup>75</sup> Ibid.

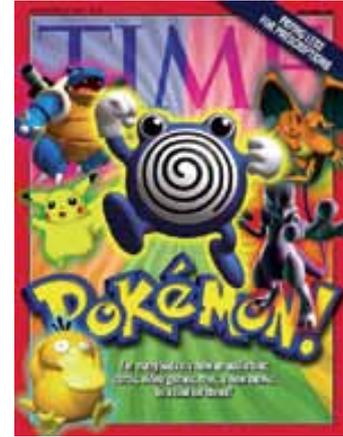
distribución de los videojuegos, anime y material adyacente en occidente corrió a cargo de la empresa estadounidense 4Kids Entertainment, que había llegado a un lucrativo acuerdo con la compañía matriz. En noviembre del año 2005 finalizó el contrato de distribución entre ambas empresas, y Pokémon USA, (una filial de Pokémon Company) se hizo cargo de la gestión y estrategias de comercialización en occidente.

En diciembre de 1997, durante la emisión de la serie en la televisión japonesa, cerca de setecientos niños sufrieron ataques epilépticos por la exposición a los fuertes y rápidos destellos de luz, de efecto estroboscópico, empleados en unas de las secuencias de acción del anime. Pikachu, la mascota eléctrica de la serie, acababa de lanzar un rayo a sus enemigos, recreado por medio de flashes centelleantes y pantallazos de múltiples colores, en fracciones muy breves de décimas de segundos, desencadenando los ataques fotosensitivos y convulsiones. Algunos espectadores sufrieron mareos, náuseas y dolores de cabeza, y los casos más graves, que necesitaron hospitalización, manifestaron diversos síntomas de diferente gravedad, como desmayos y ceguera temporal. El capítulo, titulado “Soldado electrónico Porigon”<sup>76</sup>, correspondía al trigésimo octavo episodio de la primera temporada de la serie del anime Pokémon. La emisión de este capítulo generó fuertes críticas por parte

de la prensa y determinados colectivos sociales, lo que motivó una encarecida disculpa de los responsables de la cadena. Asimismo, ocasionó la caída en Bolsa de las acciones de Nintendo, y las emisiones del anime de Pokémon fueron canceladas durante un período de cuatro meses, hasta su regreso a la parrilla televisiva en abril del año 1998. El capítulo, no obstante, no volvió a emitirse, y fue censurado severamente en todo el mundo. La policía japonesa, el Ministerio de Salud y otros organismos gubernamentales iniciaron una investigación a fin de determinar las causas de estos ataques y convulsiones, de la cual se derivó una normativa que regula el uso de imágenes centelleantes y secuencias estroboscópicas en las producciones de anime.

Para algunos analistas y productores estadounidenses, muy críticos con la industria del anime en general, el episodio del “Shock Pokemon” sirvió para demonizar a toda el conjunto de la animación japonesa. A pesar de la mala propaganda y de los fuertes reproches vertidos desde diferentes sectores más conservadores de la sociedad americana, los fans y entusiastas de Pokémon empezaron a multiplicarse por todo el mundo (fig.54).

“Pokemon se extendió por toda la nación. Gail Tilden, Vicepresidente de desarrollo de Nintendo USA, afirmó que nunca habían visto un fenómeno parecido. Los productos conectaban con el público infantil de cualquier



54\_ Portada de la revista Time (noviembre, 1999).

<sup>76</sup> Del original japonés “Denno Senshi Porygon”, emitido en la cadena TV Tokyo el 16 de diciembre de 1997.

<sup>77</sup> CHUA-EOAN, Howard y LARIMER, Tim. Op. cit.

edad: los juguetes atraían a los niños más pequeños, que a medida que iban creciendo se interesaban por las cartas coleccionables o los diferentes niveles de los videojuegos. El programa de televisión publicitaba cada nueva criatura a través de un tutorial emitido en los intermedios del anime titulado ¿Cómo se llama este Pokemon? La mayoría de los Pokemon repiten constantemente sus nombres como si fuesen gruñidos (¡Squirtle, Squirtle, Squirtle!), por lo que los niños aprenden rápidamente quién es quién<sup>77</sup>.

Algunas grandes corporaciones estadounidenses, conscientes del posible éxito de esta nueva empresa, apostaron decididamente por la comercialización de productos asociados y merchandising derivado de la serie de anime y de los videojuegos de Nintendo. La multinacional juguetera Hasbro llegó a un acuerdo inicial para la comercialización de las figuras y muñecos inspirados en los personajes por valor de trescientos veinticinco millones de dólares. TM se hizo con los derechos de distribución del anime. La productora Warner distribuyó en cines de Estados Unidos la película de Pokemon, acumulando recaudaciones millonarias. El día del estreno, "miles de niños no asistieron a clase contagiados por la 'gripe Pokemon'. Warner agotó todas las existencias de cartas coleccionables que estaba

regalando con la compra de las entradas para la película"<sup>78</sup>.

El término Pokemon es un acrónimo de la voz inglesa Poket Monster. Los Pokemon, a menudo más tiernos que monstruosos, son seres que pueblan este universo ficticio, con diferentes poderes y habilidades, y que un entrenador captura y traslada dentro de las Pokeball (fig.55), unas pequeñas cápsulas de forma esférica que encierran y transportan en su interior a los monstruos. Un maestro busca acumular el mayor número posible de Pokemon, a los entrena y ejercita para el combate. Con habilidad e inteligencia, el entrenador recurre a diferentes Pokemon de su catálogo personal, en función de las capacidades, habilidades y puntos débiles de los contrincantes, para derrotar a estos durante los combates. A pesar de que Pokemon, como muchas otras series de anime se juzgó como excesivamente competitiva y muy violenta, los combates nunca terminan con la muerte de los personajes, sino con su desmayo o rendición, y a menudo se ensalzan valores universales como el compañerismo, el valor, la amistad o la deportividad. "No es la violencia lo que realmente asusta a los padres. (...) El principio fundamental de la 'dictadura Pokemon' es el coleccionismo compulsivo. Cuantos más Pokemon tengas, más poder posees"<sup>79</sup>. La fórmula de los combates y el sentido de colección responden claramente a la estrategia consumista del videojuego, que incita a capturar



55

<sup>78</sup> Ibid.

<sup>79</sup> Ibid.





a todos los Pokemon. “Tajiri había acertado de lleno con la idea básica que convertiría Pokemon en un prodigio comercial. El coleccionismo llevaría a la compra-venta e intercambio entre diferentes dispositivos portátiles y, finalmente, entre los aficionados de cartas coleccionables y figuras de acción”<sup>80</sup>.

El mecanismo comercial de la franquicia, instigado desde Nintendo a través de los diferentes soportes, se basa en la necesidad adictiva de conocer y poseer el mayor número posible de Pokemon. Con cada nueva entrega del videojuego y cada estreno de una nueva temporada de la serie de anime, aumentan progresivamente el número de especies Pokemon, que en la actualidad rondan las quinientas criaturas diferentes (fig.56). Este tipo de estrategia comercial ape- la directamente a la personalidad esquiva y el comportamiento obsesivo del aficionado otaku, que se define por su necesidad de acumular información, del tipo que sea. “Conocen la diferencia entre el mundo real y el virtual, pero prefieren estar en este último. (...) Siempre están acumulando cosas. Cuanto más tienen, mejor se sienten. De ahí deviene la primera y principal regla de Pokemon: acumular”<sup>81</sup>.

Pokemon constituye un salto significativo en el modo en que el manga y el anime, como parte de la cultura pop japonesa, se introducen en el mercado extranjero. Hasta hace apenas unos años, a pesar del éxito y buena acogida



de ambos productos, todavía se consideraban un reducto para aficionados y fanáticos, un medio selectivo e inaccesible para la inmensa mayoría del público internacional, en especial para el sector infantil. “El fenómeno Pokemon puede servir como una Piedra de Rosetta para la industria japonesa del anime: un dispositivo de traducción fundamental que despejó el camino a los norteamericanos y europeos hacia un lenguaje de entretenimiento completamente nuevo”<sup>82</sup>. Pokemon no recurre a elementos culturales obvios para reivindicarse, sino que hace gala de un lenguaje universal, sin renunciar por ello a su esencia japonesa.

Los pequeños monstruos de bolsillo de Nintendo resultaban lo suficientemente cosmopolitas como para atraer a un público diverso (fig.57). En cierto modo, la serie animada de Pokemon

57\_ Uno de los aviones de la flota de la compañía ANA (Star Alliance) decorados con los personajes de Pokémon.

<sup>80</sup> Ibid.

<sup>81</sup> Ibid.

<sup>82</sup> KELTS, Roland. Op. cit. p.90.

actuó como agente responsable de otorgar el imprescindible aroma japonés al producto final, compuesto por infinidad de juguetes, colecciones de cartas y videojuegos claramente transculturales. El anime Pokemon, al margen de la calidad de factura del la producción audiovisual o del interés como obra de animación, aportaba el carácter pop japonés a un producto con vocación internacional. “El colosal éxito de Pokemon es singularmente significativo, en parte debido a la ubicuidad de Pikachu, la brillante mascota amarilla de ojos como platos. Al contrario que los iconos de Disney (...), o Hanna Barbera (..), Pikachu es una representación animada de nada que conozcamos en nuestro mundo físico, iniciando a los estadounidenses en uno de los aspectos principales de la libertad creativa de la cultura pop japonesa”<sup>83</sup>.

Gracias a Pokemon, muchos niños occidentales entraron en contacto por primera vez con el lenguaje iconográfico del manga y el anime, pero sin los prejuicios lingüísticos o culturales implícitos en otros manga y anime más esencialmente japoneses. Para muchos niños norteamericanos, Pokemon era una serie de animación estadounidense, sin ser conscientes de que se trataba de un anime realizado a miles de kilómetros. Pokemon fue el detonante definitivo, que permitió la entrada masiva de manga y anime en EEUU y propició una segunda edad dorada para ambos medios en los países de la

vieja Europa. “La franquicia de dibujos animados y videojuegos Pokemon se emite en 65 países y está traducida a más de 30 idiomas, incluso ha aparecido en la portada de la revista Time”<sup>84</sup>.

El anime de Pokemon evidenciaba los clichés más habituales en la caracterización formal de los personajes de manga y anime, como los peinados de llamativos colores, los ojos grandes, la atención a los pequeños detalles, los bordes acentuados de los diseños, los recursos faciales o las escenas estáticas. Pokemon introdujo durante la década de 1990 a una nueva generación de aficionados en el metalenguaje propio del manga y el anime, como “la aceptación de lo ilógico y lo ambiguo, el sentido del deber del héroe por encima de todo, el concepto del niño-héroe y de la búsqueda interminable, la volubilidad del final feliz, y el hecho de que ningún episodio cierre por completo la trama, contribuyendo a una narración adictiva”<sup>85</sup>.

El modelo Pokemon está siendo imitado con fervor por otras empresas de la industria del manga, la animación y los videojuegos. Esta estructura comercial se apoya sobre cuatro pilares: el manga, el anime, los videojuegos y el merchandising relacionado con las obras. No obstante, ninguno de estos productos surge necesariamente en este orden. Existen complejas franquicias multimillonarias que desarrollan un manga y un anime a raíz del éxito de un videojuego

<sup>83</sup> Ibid. p.17.

<sup>84</sup> McGRAY, Douglas. Op. cit. p. 46

<sup>85</sup> KELTS, Roland. Op. cit. p.90.

y viceversa; han aparecido videojuegos inspirados en las figuras coleccionables de los personajes de diferentes series de cómic y animación.

El máximo exponente de esta expansión comercial es la multinacional japonesa Bandai, que habiéndose fusionado con la empresa de diseño de videojuegos Namco, está en situación de plantar cara a los dos gigantes del mundo de los juguetes - Hasbro y Mattel - gracias a esta estrategia tetraédrica. Los diferentes medios (manga, anime, videojuegos y parafernalia adyacente) se retroalimentan. Algunos artículos japoneses como las figuras de acción de los *Power Rangers*, u otros inspirados en las franquicias de Pokemon y *Yu-Gi-Oh* se han situado durante más de una década entre los juguetes más vendidos de EEUU. La debilidad internacional de los estudios de animación ha propiciado un progresivo debilitamiento de estos en la toma de decisiones. Muchas corporaciones multimillonarias que actúan como patrocinadoras de las producciones animadas, conciben desde el inicio del proyecto el manga, el anime, los juguetes y los videojuegos como un único paquete para exportar al mercado internacional.

Las innovaciones tecnológicas juegan a favor de esta estrategia de mercado. A los videojuegos y a la masiva documentación que al respecto se puede encontrar en la red, se suman los teléfonos de nueva generación y dispo-

sitivos de televisión portátil, así como páginas pensadas para estos terminales móviles desde las cuales se pueden descargar nuevos contenidos. La fiebre consumista existente en torno a la serie *Dragon Ball*, que tuvo lugar en España a finales de la década de 1980 y comienzos de los años noventa, vino amparada por los álbumes de cromos, los pósters de las revistas y teleguías, los productos promocionales de regalo con las chucherías, y las fotocopias e ilustraciones caseras torpemente dibujadas que los niños intercambiaban entre sí. Internet habilita un mundo lleno de nuevas posibilidades, al que se suma un mercado de editoriales de manga y distribuidoras de anime consolidado y mucho más experimentado.

Pokemon cumplió su décimo aniversario el 27 de febrero de 2006. Durante sus más de diez años de vida, Nintendo y otras muchas compañías responsables de la distribución y comercialización de productos y actividades subsidiarias acumularon unas ganancias de más de 25.000 millones de dólares, equivalentes al Producto Interior Bruto anual de países como Bulgaria o Serbia, y superior al de Islandia.

## PROPIEDAD INTELECTUAL EN JAPÓN. EXPORTAR PENSAMIENTO COMO MODELO DE MERCADO

La industria japonesa experimentó un desarrollo espectacular a partir de la II Guerra Mundial. En los años sesenta y a partir de la década de 1970 los productos de electrónica y del mercado del automóvil nipones alcanzaron un éxito considerable en todo el mundo. En un primer momento seguían a la perfección los cánones marcados por otras empresas europeas o norteamericanas punteras en estos sectores, con productos que, aunque poco originales, destacaban por sus buenos acabados y precios competitivos. En las décadas siguientes las corporaciones niponas no sólo conservaron su liderazgo económico, sino que lo ampliaron, y aquellas empresas que antaño se inspiraban en el extranjero para el desarrollo de sus productos se convirtieron en referentes internacionales por su calidad e innovación tecnológica. Pero durante todos esos años y hasta el presente, la industria japonesa apenas ha madurado a la hora de obtener beneficios por la gestión de derechos de propiedad intelectual y de su creatividad, desde un punto de vista de investigación no aplicada, al margen de productos concretos en el marco de I+D+I.

En la última década ha tenido lugar un crecimiento exponen-

cial en la exportación de cultura japonesa, que no ha pasado en absoluto desapercibido para los analistas e inversores. Ha sorprendido, no obstante, a algunas empresas niponas que empiezan a ver con asombro y cierta extrañeza cómo determinados productos, ligados en su mayoría a la cultura pop nacional y desarrollados inicialmente para el mercado interno, se asimilan con notable éxito en occidente. Curiosamente, y al contrario de lo sucedido con otros movimientos culturales patrocinados desde diferentes organismos y corporaciones comerciales, tanto el gobierno como las empresas japonesas han tenido poco que ver en los estadios iniciales de esta nueva ola de japonismo. De manera inesperada, este paulatino interés por la cultura contemporánea japonesa se ha desarrollado a nivel basal, gracias al público y a los consumidores, ligado al manga y al anime.

En los próximos años, Japón debe manejar con inteligencia la propiedad intelectual nacional si quiere consolidar y sacar provecho de su mayor fuente de ingresos en el futuro. Actualmente, el manga aglutina el mayor porcentaje de ventas de cómic en el mercado español, y ha experimentado un considerable crecimiento en el mercado norteamericano, que goza de una industria nacional propia muy potente. Gracias al manga y el anime “el país ha asumido, por primera vez, que tal vez llegue un día en el que sean mejores

exportando ideas que coches o reproductores de DVD”<sup>86</sup>.

Durante muchos años, Japón ha estado exportando propiedad intelectual materializada en productos de consumo físicos, de producción industrial, antes que ideas o proyectos de producción cultural. En las últimas décadas, la generalización de Internet y otros medios han posibilitado un intercambio de información mucho más rápido a escala planetaria. Asimismo, a pesar de la deceleración económica experimentada desde mediados de los años ochenta y de la inestable situación editorial en Japón, el manga se ha convertido en el principal valedor de la cultura pop nipona en el extranjero, posibilitando nuevos sistemas de negocio al margen del modelo de producción industrial que venía funcionando hasta ahora. La principal cuestión que se plantea en los primeros años del siglo XXI es si la sociedad japonesa y su vetusto sistema editorial, así como todo su complejo entramado económico apoyado en la producción y venta de bienes materiales, están preparados para esta transformación. Cabe preguntarse si es posible que Japón exporte y comercialice ideas, por sí mismas, sin materializarse en objetos físicos de consumo.

Este cambio de actitud refleja el parecer de una nueva generación de japoneses. Hace apenas quince o veinte años, la generación anterior manifestaba una situación de evidente colonialismo

cultural por parte de los mercados europeo y estadounidense. Japón era uno de los centros tecnológicos más importantes del mundo y su potencial en el comercio de la electrónica y de productos de consumo no tenía rival ni parangón, pero en lo relativo a propiedad intelectual, la industria nipona todavía debía ponerse a la par con las potencias occidentales.

Las nuevas generaciones de japoneses desean ser el núcleo de esta nueva realidad cultural a escala global, y quieren constituir el centro creativo en Tokyo, en el corazón de Japón, desde donde se exporte al resto del mundo. Al igual que sucede con la moda contemporánea, la pretensión de la moderna sociedad japonesa es convertirse en un nuevo eje de pensamiento creativo, de desarrollo de cultura, y exportarlo universalmente. “Si se echa un vistazo en cualquiera de las tiendas en China dirigidas a los jóvenes otaku aficionados del manga y del anime, encontrará las paredes revestidas con todo tipo de figuras de anime japonés que se pueda imaginar. Con todo el respeto a Mickey y a Donald, si se mira al J-pop, al J-anime, o a la moda japonesa, la competitividad de cualquiera de estos medios es muy superior de lo que cabría imaginar”<sup>87</sup>.

*“Cuando Nye<sup>88</sup> escribió por primera vez acerca del ‘soft power’, acertó al afirmar que la insularidad de Japón había evitado que este sacase partido de su formi-*

<sup>86</sup> Ibid. p.76.

<sup>87</sup> ASÓ, Tarô. *A New Look at Cultural Diplomacy: A Call to Japan's Cultural Practitioners*. [en línea].

<sup>88</sup> Joseph S. Nye Jr.

*dable poder económico. Hoy en día, tras una década de globalización Japón es un poco menos hermético. Pero, al mismo tiempo, una década de recesión e inestabilidad política ha provocado que muchos ciudadanos japoneses se muestren menos seguros respecto a algunos de sus valores fundamentales, debilitando las ideas tradicionales en todos los aspectos de la vida cotidiana, desde la cultura o los negocios a la vida familiar. Estos valores podrían recuperarse junto con la economía, o podrían transformarse en algo completamente nuevo. Todo ello genera una incertidumbre nacional, infundida con más ansiedad - si cabe - debido a los grandes cambios demográficos que acompañan al envejecimiento de la población en Japón. La historia de innumerables resurrecciones de Japón sugiere que el resultado más probable de esta transformación sea un nuevo renacer, y no una ruina”<sup>89</sup>.*

El cambio de modelo en Japón es visible tanto para las propias empresas niponas como para los analistas extranjeros. La producción cultural ha sustituido a la fabricación de bienes materiales como la principal industria impulsora del país. En cierto modo, se puede afirmar que Japón está renaciendo de nuevo como superpotencia. No obstante, a diferencia de lo sucedido desde finales de la II Guerra Mundial y hasta comienzos de la década de 1980, actualmente no constituye una superpotencia basada únicamente en la pro-

ducción de bienes de consumo, sino generadora de cultura. “Japón se reinventa de nuevo como superpotencia. En lugar de derrumbarse a causa de los infortunios políticos y económicos, ampliamente aireados, la influencia cultural japonesa a escala global ha crecido silenciosamente. De la música pop a la electrónica de consumo, de la arquitectura a la moda, y de la animación a la cocina, Japón se parece más a una superpotencia cultural hoy que en la década de 1980, cuando lo fue de carácter económico”<sup>90</sup>.

En los últimos años, el gobierno nipón ha lanzado una ambiciosa iniciativa dirigida a popularizar la cultura japonesa - en especial la cultura pop - en el extranjero, a través de la organización de actividades en las embajadas, ferias internacionales y la masiva publicidad y exportación de productos asociados. “Las relaciones exteriores de Japón son muy buenas. Cabe decir que parte de este éxito deriva del hecho de que en la base de nuestra relación subyace una imagen positiva de la cultura japonesa. (...) El manga ha llegado a ser conocido en todo el mundo. Se puede afirmar con seguridad que cualquier tipo de diplomacia cultural que no se aproveche de la cultura pop no es digna de ser llamada ‘diplomacia cultural’ como tal”<sup>91</sup>.

Como buena muestra de ello destaca la elección de embajadores culturales entre los miembros de las principales tribus urbanas de los barrios de Harajuku

<sup>89</sup> McGRAY, Douglas. Op. cit. p. 53-54

<sup>90</sup> Ibid. p. 44.

<sup>91</sup> ASÓ, Taró. Op. cit.

y Akihabara en Tokyo, o de los personajes de manga y anime más populares (fig.58). En el año 2006 y entre otras incitativas, Tarô Asô - que posteriormente ejercería como Primer Ministro entre los años 2008 y 2009, y entonces ostentaba el cargo de Ministro de Asuntos Exteriores de Japón - propuso la creación de un premio internacional de manga, que formalizó en el año 2007 con la presentación del primer Kokusai Manga Shô<sup>92</sup>. Asô - declarado aficionado y entusiasta del manga y anime - creó este premio a fin de apoyar a nuevos dibujantes talentosos de procedencia extranjera, pero también con la voluntad de reivindicar el manga como una herramienta útil para dar a conocer la cultura japonesa en todo el mundo. "Todos hemos crecido alimentados por Shakespeare y Beethoven y otras formas culturales venidas de Occidente. Sin embargo, ahora nos hallamos en un punto en el que la cultura japonesa - ya sea el anime y el manga, o el sumo y la gastronomía - es igualmente capaz de nutrir a los pueblos del mundo, especialmente a las generaciones más jóvenes. Seríamos negligentes al no utilizar estos medios al máximo. (...) Como profesionales en los que la población japonesa ha depositado su confianza, nuestra tarea es llevar adelante la creación de nuevos entornos a través de los cuales puedan difundirse fácilmente los productos japoneses por todo el mundo, así como en el ámbito de la protección de la propiedad intelectual"<sup>93</sup>.

Se puede afirmar que hoy en día Japón resulta atractivo para un amplio sector de ciudadanos occidentales. Algunas costumbres típicas de la sociedad japonesa, incomprensibles a priori para un espectador extranjero, han calado hondo en las sociedades europea y americana, sin que las empresas y analistas japoneses entiendan muy bien el porqué. "Es imposible medir el 'atractivo nacional'. 'El atractivo nacional' es una especie de 'soft power'<sup>94</sup>, un término que el decano de Harvard Joseph S. Nye Jr. acuñó hace más de una década para explicar las formas no tradicionales en que un país puede influir en los deseos de otro, o en sus valores públicos. Y el 'soft power' no se cuantifica con claridad"<sup>95</sup>. En cierto modo, el concepto de 'soft power' aplicado al caso nipón explica el porqué del éxito de Japón, centrándose en conseguir que otros hagan lo que uno desea por medio de la atracción y el interés, en lugar de emplear la fuerza o el soborno. De ahí la importancia de servirse de herramientas populares - como el manga o el anime - como estrategias de comunicación.

No obstante, el principal inconveniente de emplear ambos medios radica en la consideración que estos tienen dentro de la propia sociedad japonesa. Hasta hace poco muchas grandes empresas niponas no eran conscientes del potencial de ambos lenguajes en el mercado extranjero o no reconocían el interés del manga como transmisor de

58\_Nombramiento, por parte del Ministerio de Asuntos Exteriores de Japón, del célebre personaje Doraemon como embajador de la cultura del manga y el anime en todo el mundo.



<sup>92</sup> Literalmente, Premio Internacional de Manga.

<sup>93</sup> ASÔ, Tarô. Op. cit.

<sup>94</sup> Literalmente, "Poder blando".

la cultura japonesa, posibilitando la entrada de multitud de nuevos productos e ideas. La actitud positiva y reivindicativa del entonces Primer Ministro Tarô Asô hacia el manga ha contribuido a transformar la percepción general que la sociedad japonesa tenía de ambos medios. Un gran número de ciudadanos japoneses, orgullosos de su cultura 'tradicional', consideran inapropiado o vergonzoso servirse de este tipo de recursos en un entorno serio y estandarizado como es el del universo empresarial. No sólo no manifiestan interés por la cultura pop contemporánea, sino que no comparten ni entienden el atractivo que esta despierta entre el público extranjero. La condición que manga y anime ostentan como productos de consumo masivo en Japón, y la ausencia de la consideración de 'artista' entre los profesionales de ambos medios, no dificultan su instalación en la sociedad - dado que son omnipresentes - sino su ascensión a un estatus cultural más elevado.

"La industria la de animación japonesa, tras cincuenta años de éxito artístico y comercial, y a pesar de su papel como la exportación cultural más importante de Japón en los últimos treinta años, no ha alcanzado un estatus de reconocimiento. Sus productos son iconos en casi en cualquier parte, unos pocos de sus creadores son aclamados como super estrellas, pero la pieza simbólica de su nacimiento [la máquina de filmación con la que Tezuka rodó *Astroboy*] es

irrelevante; una máquina oxidada en un cuarto polvoriento. Si la cámara de 'Lo que el viento se llevó' hubiese estado al alcance de la mano, algún coleccionista habría pagado miles de dólares por poseerla"<sup>96</sup>.

*"Las historias de productores japoneses de anime, manga y juguetes que han perdido millones de dólares en concepto de royalties en favor de las distribuidoras estadounidenses, son prácticamente una constante en la industria. En parte porque Japón es una sociedad menos dada a los acuerdos contractuales, menos litigiosa y considerablemente hermética, y en parte porque muchas empresas nunca llegaron a comprender el valor real de la propiedad intelectual, muchos ejecutivos japoneses aceptaban a menudo sumas abultadas que, en principio, parecían generosas, pero que rápidamente palidecían en comparación con los porcentajes de ventas"*<sup>97</sup>.

En los años ochenta y noventa la inmensa mayoría de los grandes contratos de distribución ligados a la propiedad intelectual en el extranjero fueron un fracaso para las compañías japonesas en lo tocante a cifras absolutas. Sólo dos empresas niponas negociaron favorablemente con sus homólogas norteamericanas y constituyen una honrosa excepción en esta particular historia mercantil. Una de ellas es el Studio Ghibli, un conocido estudio de animación responsable de los proyectos cinematográficos del famoso cineasta Hayao Mi-

<sup>95</sup> McGRAY, Douglas. Op. cit. p. 53.

<sup>96</sup> KELTS, Roland. Op. cit. p.85.

<sup>97</sup> Ibid. p.54

yazakiy; la otra empresa japonesa es Sanrio Co., propietaria de los derechos de Hello Kitty (fig.59).

El caso de Ghibli es particularmente significativo. Otras muchas empresas de animación niponas, incluyendo monstruosas corporaciones como la Toei, habían fracasado estrepitosamente en su intento por gestionar con éxito los derechos de propiedad intelectual y los beneficios procedentes de las series de anime en el mercado internacional. Sin ser conscientes de la creciente importancia del mercado del anime en Estados Unidos aceptaron unas condiciones de distribución muy perjudiciales que supusieron la pérdida de millones de dólares en concepto de royalties, en favor de las distribuidoras norteamericanas. El modesto Studio Ghibli, de gran proyección internacional, triunfó frente a la poderosa factoría Disney, al obtener unas condiciones contractuales realmente ventajosas.

En 1996, el pequeño pero prestigioso Studio Ghibli entraba en la órbita comercial del emporio Disney, llegando a un acuerdo para la distribución de las películas del estudio en EEUU. Hayao Miyazaki siempre se ha mostrado muy reticente respecto al mercado doméstico de video y dvd y se ha pronunciado recurrentemente a favor de que sus películas se distribuyan para su visionado en cines. Miyazaki se manifestó contrario al respecto, en parte por su inquina hacia la

fórmula comercial de las grandes corporaciones y a la dinámica marcadamente capitalista de la Disney. No obstante, los ejecutivos de Ghibli eran conscientes de la importancia económica de un acuerdo.

El veterano productor Tasuyoshi Tokuma (1921-2000), que había colaborado en la creación del Studio Ghibli en 1985, fue en gran parte responsable del beneficioso tratado firmado con la Disney. Durante las negociaciones, Tokuma, a pesar de realizar otras concesiones, insistió en conservar para el estudio todos los beneficios procedentes de los derechos digitales. El Director Ejecutivo de Disney, Michael Eisner, aceptó las condiciones ante la sorpresa de los analistas japoneses. Probablemente, los directivos de Disney no fueron conscientes entonces de la revolución que iba a suponer el DVD. En noviembre de 1996, el DVD se introdujo en Japón, a comienzos de 1997 en EEUU, y un año más tarde en el resto de países occidentales. Por una parte, Disney fue una de las últimas productoras cinematográficas en ser consciente del cambio que estaba a punto de producirse y de la importancia de los derechos digitales de las obras. Por otra, Disney, que entonces ostentaba un puesto privilegiado en el mercado internacional de video doméstico, pudo calcular mal la importancia que adquiriría este nuevo sector, creyendo que cualquier

59





material de consumo doméstico, a accesorios personales, moda o animación (fig.60). “Hello Kitty impulsa un imperio por valor de casi mil millones de dólares en ventas mundiales cada año”<sup>98</sup>.

383

Hello Kitty basa su éxito en una sencilla fórmula comercial consistente en el uso masivo de la imagen de marca, que personifica la célebre mascota Kitty White, omnipresente en cualquiera de los objetos comercializados bajo el sello de la gatita blanca (fig.61). “Hello Kitty es occidental, por lo que se vende en Japón. Es japonesa, por lo que se vende en Occidente. Es un marketing de tipo bumerán que empresas como Sanrio, Sony, o Nintendo gestionan sin esfuerzo. Y es parte del gran ingenio oculto detrás de la potencia cultural de Japón, en una era global en la que muchos países se preocupan acerca de la erosión cultural”<sup>99</sup>.



61

<sup>60</sup> producto digital necesitaría de su apoyo y aprobación inicial.

El caso de Hello Kitty es paradigmático del buen hacer de una empresa nipona en lo referente a la gestión de derechos de marca. Sanrio Co., propietaria de los derechos de Kitty, blinda los contratos de gestión y distribución en el extranjero de los productos asociados. En la actualidad, Hello Kitty es una franquicia multimillonaria, con productos presentes en todos los sectores del mercado, que abarcan desde

La constante retroalimentación existente entre el manga y el anime es una parte fundamental de la estrategia de ventas del mercado editorial japonés. La abundancia de títulos de diferentes géneros y argumentos consolida la posición dominante del dúo comercial manga-anime tanto en el sector editorial del cómic como en la industria de la animación. La sencilla receta mercantil fundamenta su éxito en la abrumadora oferta existente de títulos y publicaciones de ambos medios. Al sumergirse en una determinada temática o propuesta argumental, el lector

<sup>98</sup> McGRAY, Douglas. Op. cit. p. 50.

<sup>99</sup> Ibid. p. 50.

descubre un complejo entramado de títulos de manga y anime que exploran desde infinidad de novedosas perspectivas, que se centran en ese mismo enfoque. Esta fórmula, junto al mercado de juguetes y merchandising y el sector de los videojuegos constituyen los sólidos pilares de la estrategia comercial de las mayores empresas del sector en Japón. El poder adictivo del eje manga-anime posibilita que el consumidor pueda moverse entre la amplia oferta de ambos medios con naturalidad, disponiendo de multitud de títulos distintos.

Para algunos investigadores, este eje que se establece entre manga y anime, y la posibilidad de sumergirse en un mundo de infinitas posibilidades e historias es uno de los principales motivos del éxito de ambos medios, tanto dentro de sus propias fronteras, como en el mercado extranjero internacional. La industria cinematográfica norteamericana, a pesar de su potencial puntual a través de grandes estrenos y éxitos de taquilla y público, carece de esta fórmula de retroalimentación que hace del manga y anime un tándem mercantil realmente eficaz. Las películas hollywoodienses se entienden casi siempre como proyectos aislados sin continuidad; si la tuviesen, como en el caso de algunas sagas audiovisuales, la espera entre un proyecto y otro puede ser de varios meses o incluso años, lo que a menudo provoca el desinterés por parte de un amplio sector del público.

La saga de ciencia-ficción estadounidense *Star Wars* anticipó para el mercado global algunas de las fórmulas comerciales que el manga y el anime ya venían utilizando en Japón desde hacía muchos años, y que tan buen resultado le dieron a nivel internacional. A través de sus numerosas películas, producciones animadas y series para televisión, así como los juguetes y parafernalia relacionada, la franquicia *Star Wars* planteaba una estrategia global, de varios frentes, en torno a un evento cinematográfico común.

En cierto modo, *Star Wars* le ofrecía al espectador la posibilidad de entrar en un mundo ficticio realmente llamativo y novedoso, tal vez no tan distante del imaginario descrito en otros proyectos norteamericanos de similar envergadura, pero con un gran nivel de detalle que permitía que el espectador pudiese penetrar en ese mundo de fantasía. Las constantes secuelas y la distribución de multitud de productos minuciosos que retrataban hasta el extremo el universo visual de *Star Wars* mantenía expectante al consumidor bajo la promesa de nuevas propuestas y succulentas novedades. “Lo que Hollywood suele ofertar podría compararse con diferentes aventuras románticas, mientras que el manga y el anime proporcionan un compromiso más profundo y un sinfín de descubrimientos”<sup>100</sup>.

Del mismo modo, el manga y el anime posibilitan la construcción

<sup>100</sup> KELTS, Roland. Op. cit. p.117.

de este metamundo, pormenorizado, brillantemente recreado, que facilita la inmersión del lector en un universo de fantasía. La publicación semanal del manga o las sucesivas temporadas televisivas de las series de anime, generan en el espectador una dependencia similar a la experimentada con *Star Wars*. Además, aun si concluyese esa historia, un amplio abanico de posibilidades narrativas en forma de cómic o de serie de televisión estarían inmediatamente a su disposición, dando lugar a un entramado comercial único, fascinante y, a pesar de su simpleza, tremendamente eficaz.

Hoy en día, en un mundo donde Internet, los avances informáticos y los nuevos artilugios tecnológicos propician una experiencia cada vez más virtual, los consumidores esperan que las películas, el manga o el anime los transporten a un mundo de fantasía de gran realismo, del que puedan formar parte y entrar y salir con gran sencillez, pero que - gracias a su metódica descripción - puedan percibir como una experiencia auténtica. La posibilidad de entrar y salir con facilidad de este entorno de fantasía es, quizás, uno de los puntos principales en los que se diferencia el eje manga-anime respecto al cine comercial estadounidense: "el manga, e incluso el anime, nos devuelven el formato de la novela, mucho más próximo y personal. De este modo podemos decidir cuando empezar y cuando parar, y tenemos tiempo para recrearnos en

un mundo imaginario"<sup>101</sup>. El gusto por los detalles y la minuciosidad de los universos descritos posibilitan la inmersión del lector y la comunión de este con los personajes de la historia.

Más aún, la existencia de Japón como país real, más allá de los relatos del manga y el anime, aporta un nuevo nivel de profundidad a las historias de ambos medios. Para muchos ciudadanos occidentales, la enigmática sociedad japonesa, así como sus costumbres, tradiciones, cultura y gastronomía constituyen un mundo casi de fantasía digno de una obra de ficción. La distancia espacial y cultural de Japón dotan al país del sol naciente de un halo de magia y misticismo que añade más atractivo, si cabe, a las historias que nacen allí. "Los fans de '*El Señor de los Anillos*' no pueden viajar a la Tierra Media, al igual que los fans de *Harry Potter* no pueden ir a Hogwarts. Pero uno puede ahorrar y comprar un billete a Tokyo, o simplemente soñar con él mientras saborea los infinitos detalles y profundidad de la historia"<sup>102</sup>.

Ambas franquicias - *El Señor de los Anillos* y *Harry Potter* - resultan extremadamente lucrativas, gracias a un negocio muy diversificado que comprende desde las novelas originales y las producciones cinematográficas, a los video-juegos, figuras coleccionables, objetos domésticos, juegos de cartas y todo tipo de merchandising, que contribuyen a enriquecer ese universo

<sup>101</sup> Ibid. p.119.

<sup>102</sup> MACIAS, Patrick; en: Ibid. p.118.



62

para regocijo de los aficionados. Sin embargo, esta misma fórmula es la que emplean las multinacionales japonesas responsables de la comercialización de las grandes franquicias de manga y anime. En la última década, Pokemon se ha consolidado como una franquicia de éxito, gracias a la infinidad de productos derivados y empresas adyacentes, con un volumen de negocio que rivaliza con las dos producciones norteamericanas. "El reciente éxito de la propiedad intelectual japonesa, (...) advierte que muchas otras personas fuera del país pueden engancharse a algunas ideas e invenciones que luzcan con orgullo la pegatina 'Made in Japan'"<sup>103</sup>.

En los últimos años, la industria de Hollywood está tomando muchas ideas de diferentes títulos de manga y anime como elementos de influencia primordial para sus propias producciones. Diversas películas de éxito de



63

ciencia-ficción se sirven de numerosos recursos empleados en los manga de temática mecha y cyberpunk. Algunos guionistas y directores más jóvenes, lectores de manga y espectadores de anime durante su infancia, se declaran aficionados de ambos medios en la actualidad. Más aun, en la última década han sido muchas grandes distribuidoras y productores, incluyendo a famosas estrellas del firmamento hollywoodiense, las interesadas en hacerse con los derechos de series japonesas de manga y anime para crear remakes de imagen real. *Afro Samurai*, *Astro Boy* (fig.62), *Dragon Ball* (fig.63), *Battle Angel Alita* (fig.64) o *Blood*, son algunos de los títulos barajados.

Asimismo, muchas empresas extranjeras de publicidad y diseño recurren cada vez con más frecuencia a imágenes e ilustraciones de clara inspiración manga para sus campañas. Con motivo del mundial de fútbol del año

<sup>103</sup> Ibid. p.121.

2002, organizado conjuntamente en Corea y Japón, la compañía BBC Sport y Adidas, patrocinador oficial del evento, optaron por diferentes imágenes de afamados mangakas japoneses, y dibujantes de cómic coreanos y franceses para publicitar el campeonato (fig.65). Hace unos años, Geico, una empresa norteamericana de seguros de automoción, lanzó una ambiciosa campaña dirigida a toda una generación de automovilistas, ahora en su treintena y cuarentena, utilizando para ello imágenes del anime *Speed Racer (Mach Go Go Go)*, distribuido en Estados Unidos en la década de 1970. Las trepidantes secuencias empleadas en el anuncio apelaban al sentimiento nostálgico de una generación de adultos que habían crecido con las carreras y persecuciones de *Speed Racer*. Al igual que la saga cinematográfica de *Star Wars* o las películas de *Indiana Jones* remitían a los seriales de vaqueros y a los héroes de la década de 1950, este sencillo anuncio atraía a la generación de los años setenta retomando este espíritu del pastiche.

64



Internet ha posibilitado la masiva difusión de multitud de títulos de manga y anime en diferentes países occidentales a través de *fansubs* y otro tipo de iniciativas online para la distribución de contenidos, gobernadas por los propios aficionados al medio. En muchos casos, el acceso de los fans a las últimas publicaciones niponas y series televisivas de éxito emitidas en Japón se pro-

duce gracias al propio público, interesado en las últimas novedades y títulos de este nicho de la cultura pop japonesa, y que a menudo termina por convertirse en el proveedor directo de este material.

No obstante, la difícil regulación de Internet lo sitúa como un canal de difusión en las antípodas de la propia sociedad japonesa. Mientras que esta, a pesar del aparente caos de sus ciudades, del ruido y del pastiche visual y cultural, se rige por un código social arraigado en una rígida cultura milenaria, Internet constituye un espacio de libertad absoluta, con gran cantidad de información y de imposible o complicada gestión. La ausencia de norma dificulta la comercialización de estos productos, devorados por las emisiones pirata, y sólo favorece la expansión de las grandes corporaciones y multinacionales jugueteras, con productos muy comerciales, en detrimento de otros proyectos más interesantes e inspiradores. "Su incapacidad para llegar a un acuerdo acerca de este tema se traduce en que innumerables artistas y productores japoneses están perdiendo el control financiero y creativo sobre sus creaciones. (...) El fracaso estadounidense para llegar a este acuerdo podría dar como resultado la indignación moral y una represión draconiana que podría dañar severamente el futuro de Japanamerica"<sup>104</sup>.

"Los tiempos de la experimentación, y el desafío de ser pio-

<sup>104</sup> Ibid. p.144.

neros en una nueva y excitante industria han desaparecido. Las ventas de manga han descendido dramáticamente en Japón en la última década. (...) Tanto la industria del manga como del anime son negocios que han alcanzado la madurez. Incluso la industria del videojuego no ha funcionado tan bien como cabría esperar. El corporativismo y la estandarización no incentivan la creatividad. La creatividad necesita entornos nuevos y ligeramente perturbadores"<sup>105</sup>.

*"El motor responsable del mejor manga y anime - el sentimiento apocalíptico de posguerra - ha desaparecido. Todo lo que pueden hacer los artistas actuales es imitar las emociones de sus predecesores. Carecen de la misma resonancia. Es algo bueno, por supuesto; nadie quiere que experimenten el horror de un Tokyo bombardeado. Pero el trauma genera arte. Si no se hubiese lanzado la bomba atómica sobre Japón, probablemente jamás se hubiese podido crear estas fantásticas obras de arte. Pienso que Murakami acertó de lleno. Es indiscutible. Cuando le das lápices de colores y un papel a un niño víctima de abusos sexuales, empieza a dibujar ilustraciones sexuales. ¡Dadles colores!, ¡Dadles papel!"<sup>106</sup>.*

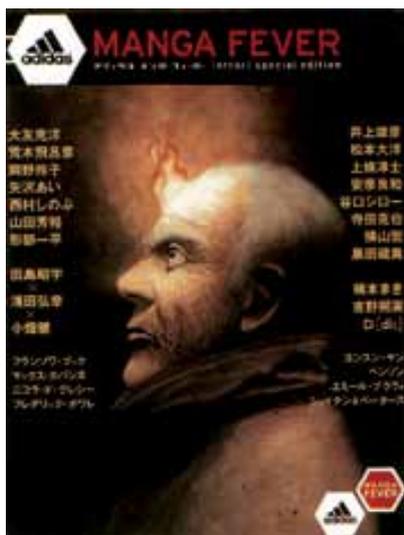
La recuperación de la industria del manga y del anime en Japón pasa necesariamente por replantear el modo en que se comercializa la propiedad intelectual, y de qué manera se asocia a la gigantesca industria

del entretenimiento. El manga y el anime no pueden seguir considerándose exclusivamente rarezas propias de la cultura japonesa, concebidas al margen del mercado internacional, sino que ambos medios deben convertirse en un productos de máxima difusión y exportación al extranjero. En este contexto, el problema de rígido sistema empresarial japonés no radica tanto en esa inmovilidad interna - que empieza a mostrar síntomas de cambio con la aparición de magníficas propuestas y novedosas e imaginativas empresas - sino en que la propia industria, el gobierno y la sociedad nipona sean plenamente conscientes de la necesidad de ese cambio de mentalidad. La economía y la sociedad japonesas se recuperaron a gran velocidad tras la hecatombe de la II Guerra Mundial. En cierto modo, este proceder forma parte de la metodología y carácter nipones. La industria del manga y del anime tiene la capacidad para transformarse, para evolucionar y adaptarse a las nuevas necesidades y circunstancias del mercado, pero para ello primero es necesario asumir la imperiosa necesidad de esa transformación.

Sin renunciar a la denominación de origen que hace del manga un medio único y genuinamente japonés, la industria editorial debe comercializar la propiedad intelectual per se, en vez de cuestionarse acerca de los gustos occidentales o intentar desarrollar productos adecuados al mercado extranjero, que

<sup>105</sup> SCHODT, Frederik F.; en : Ibid. p.175.

<sup>106</sup> ALT, Matt; en: Ibid. p.175.



65

terminan por alejarse de la frescura original de las historias. “Cuando los japoneses se preocupan demasiado acerca de lo qué pensara el resto del mundo, dejan de hacer aquello que aman. Tener conciencia de uno mismo destruye el arte. No existe un modo de agradar a todo el mundo”<sup>107</sup>.

Los empresarios occidentales aceptaron hace mucho tiempo las grandes posibilidades económicas que conlleva invertir en propiedades inmateriales, en la producción de cultura a través de la propiedad intelectual. Del mismo modo, la sociedad y el tejido empresarial japonés deben asumir que determinados proyectos, cuyos resultados son intangibles, pueden generar unos beneficios extraordinarios, frente a la tradicional producción de bienes de consumo y objetos. En ese sentido, tanto el manga como el anime podrían constituir el caballo de Troya de la regeneración económica japonesa.

A finales de la primera década del siglo XXI, muchos de los principales emporios nipones comenzaron a invertir grandes sumas en publicaciones editoriales de manga y producciones de anime pensadas para su exportación y comercialización en el mercado extranjero. El gobierno japonés, conscientes del creciente interés internacional por la cultura pop contemporánea, ha iniciado un proceso transformador, dando a conocer los atractivos de la cultura nipona en la actualidad, tanto a nivel global

como dentro del propio país, cuya sociedad aún permanece ajena, en muchos aspectos, a la revolución iniciada por el manga y el anime. “Su repentino cambio de actitud refleja una transformación radical en el modo de pensar japonés; las inversiones y la voluntad de emplear sus vastas redes globales no sólo ponen de manifiesto la calidad del producto o su potencial atractivo para EEUU, sino la noción de que finalmente Japón está preparado para tomarse en serio la propiedad intelectual, y vender sus ideas”<sup>108</sup>.

A comienzos del año 2009, el por entonces Primer Ministro japonés Tarô Asô, destacó el gran potencial de ambos medios como vía para reactivar la economía del país, en el curso de una conferencia de prensa con motivo del anuncio de un multimillonario plan de estímulo económico para Japón. Entre los principales objetivos de este plan se busca estimular las exportaciones internacionales, priorizando sectores de la producción cultural y propiedad intelectual vinculados a la cultura pop japonesa. De cumplirse las expectativas de Asô, el plan anunciado por el Primer Ministro para vincular los elementos de la cultura pop a los negocios internacionales de las empresas japonesas se traduciría en un mercado de más de doscientos mil millones de dólares y más de medio millón de nuevos puestos de trabajo en el año 2020. El Primer Ministro Asô estaba convencido de que la industria

<sup>107</sup> Ibid. p.184.

<sup>108</sup> Ibid. p.203.

conjunta del manga, anime y videojuegos podría aglutinar cerca de un veinte por ciento de las ventas japonesas en el mercado exterior frente al dos por ciento actual.<sup>109</sup>

A pesar del histórico cambio de Gobierno acaecido tras las elecciones nacionales japonesas en agosto del año 2009, las declaraciones del nuevo Primer Ministro auguran una política económica continuista en el marco de la Propiedad Intelectual y la exportación cultural, en sintonía con las iniciativas presentadas en los últimos años por el ex-Primer Ministro Tarô Asô. "La mezcla de tradición y posmodernidad que caracteriza a la actual cultura de masas del país asiático ha conquistado el mundo. El nuevo Gobierno deberá contar con los buenos oficios del *anime* y el *manga*"<sup>110</sup>.

Numerosos expertos coinciden en la debilidad de Japón a la hora de elaborar y exportar conocimiento en lugar de bienes de consumo. Uno de los ejemplos más representativos y evidentes de esta tendencia es la manifiesta flaqueza nipona en el mercado del software. A pesar de la importante industria japonesa ligada al mercado informático (que abarca desde la elaboración de componentes para ordenadores, fabricantes de equipos domésticos como Toshiba, y el amplio mercado de periféricos de consumo) apenas existen empresas niponas potentes especializadas en el desarrollo de software. Ello no

atañe al mercado del videojuego que, por razones obvias, constituye un sector aparte, ligado a la industria del entretenimiento.

Japón, a pesar de su pujanza y poder en el desarrollo de hardware informático nunca ha sido capaz de desarrollar un sistema operativo con vocación internacional que triunfase. El mercado japonés siempre se ha fundamentado en la venta de bienes de consumo. No obstante, en los últimos años se aprecia una progresiva transformación en los hábitos empresariales japoneses, y el ámbito de la informática se somete a esta misma metamorfosis. "La estructura industrial japonesa esta evolucionando del hardware al software, y de la fabricación de objetos a la prestación de servicios"<sup>111</sup>.

66 Uno de los carteles de la campaña publicitaria de la compañía Docomo promocionando un terminal telefónico inspirado en el anime "Neon Genesis Evangelion", junto a los personajes protagonistas de la serie. >>

<sup>109</sup> "Japón recurre al anime y al manga para estimular la economía" [en línea]. *El Economista*. Madrid: Ecoprensa, 10 de abril de 2009

<sup>110</sup> DAVALOVSKY, Csilla. *Los embajadores pop de Japón*. *EL PAÍS - Opinión*. La Cuarta Página. p.27.

<sup>111</sup> GRASSMUCK, Volker. *Man, Nation & Machine. The Otaku Answer to Pressing Problems of the Media Society* [en línea].

NTT  
**docomo**

SH-06A NERV



*EVANGELION: 2.0*  
YOU CAN (NOT) ADVANCE.



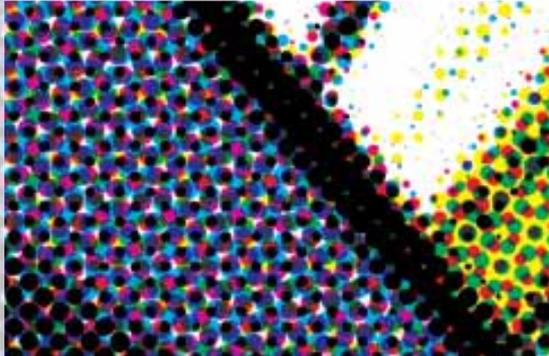
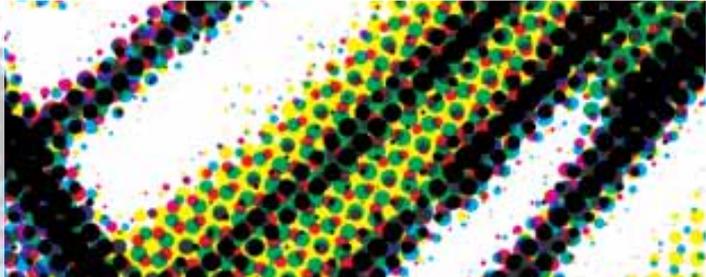
NTT  
**docomo**

ひとりひとりに、こたえを。ドコモ





sociedad



## sociedad

*“De hecho, todo Japón es una pura invención. No existe semejante país, no existen tales personas”<sup>1</sup>*

Oscar Wilde

### JAPONOFILIA & JAPONOFOBIA

*“¿Cuál es la imagen que aparece en la mente de la gente cuando escuchan el nombre de Japón? ¿Se trata de una imagen brillante y positiva?, ¿agradable?, ¿atractiva? Cuantas más imágenes de este tipo aparezcan en la mente de una persona, más fácil resultará para Japón transmitir sus opiniones e ideales a largo plazo. En otras palabras, la diplomacia japonesa es capaz de continuar expandiendo esta ventaja y, poco a poco, lograr cada vez mejores resultados como consecuencia de ello”<sup>2</sup>.*

Para algunos analistas y gurús socioeconómicos, Japón está abocado a convertirse en uno de los principales países exporta-

dores de cultura en las primeras décadas del siglo XXI. A lo largo del siglo XX, Estados Unidos ha sido la principal influencia cultural y una realidad futurible para el resto del mundo: un espejo en el que todas las naciones modernas o en vías de desarrollo deseaban reflejarse. Del mismo modo, en los últimos años la cultura japonesa, tanto en sus manifestaciones tradicionales como en su futurista vertiente pop, comienza a estar presente de manera evidente en multitud de sociedades occidentales para las cuales, hasta hace poco tiempo, Japón apenas tenía interés más allá de su importancia económica en el mercado global. Si bien es cierto que muchas otras potencias económicas y militares, como China, India y algunas grandes naciones sudamericanas inmersas en un desarrollis-

<sup>1</sup> WILDE, Oscar. *La Decadencia de la Mentira*.

<sup>2</sup> ASÓ, Taró. *A New Look at Cultural Diplomacy: A Call to Japan's Cultural Practitioners* [en línea].

mo social y económico similar al experimentado por Estados Unidos y Japón en las décadas de 1960 y 1970, se revelan como nuevos estados protocapitalistas, Japón evoluciona progresivamente hacia un nuevo tipo de colonización cultural.

No obstante, hasta cierto punto cabe preguntarse el porqué de este auge y creciente interés por la cultura japonesa en los países occidentales y, en especial, porqué ahora, tras numerosos años de presencia japonesa en los mercados internacionales a través de productos electrónicos de masivo consumo doméstico o a pesar de la importancia internacional del mercado automovilístico nipón. "Si bien ya no es considerado el rey de la fabricación en Asia (...), Japón es ahora el modelo más visible de lo que se lleva, a través de los videojuegos, las tendencias en la música pop, la cocina, la moda, sus cambiantes paisajes y, especialmente, su icónica animación y novelas gráficas"<sup>3</sup>.

Es evidente que las ciudades occidentales comienzan a presentar un número creciente de elementos que, directa o indirectamente, remiten a Japón y a su cultura, tanto al repertorio simbólico tradicional de sauces y flor de cerezo, como al posmoderno imaginario pop, de luces de neón y última tecnología. Este tipo de reminiscencias visuales se aceptan cada vez con mayor naturalidad y, en muchos casos, se consideran propuestas interesantes o atractivas. Del mismo

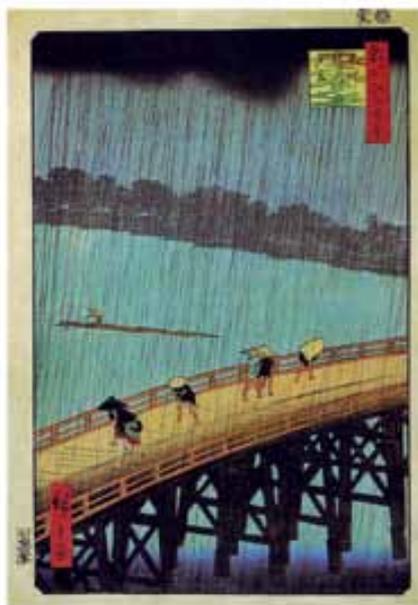
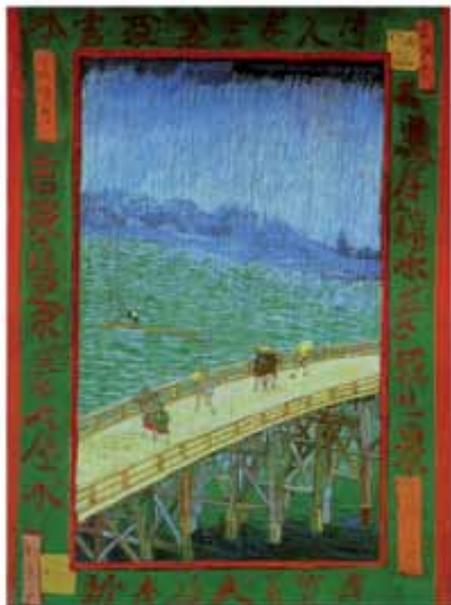
modo que el manga se inserta en el seno de la sociedad japonesa e impregna a las diferentes manifestaciones artísticas y culturales, los iconos del imaginario nipón influyen cada vez más a la arquitectura, publicidad o moda occidentales.

En un sondeo a nivel mundial llevado a cabo en el año 2006 por BBC World Service se ponía de manifiesto la creciente influencia de la cultura japonesa en el resto del planeta, y el buen hacer de la diplomacia nipona en la segunda mitad del siglo XX. En treinta y uno de los treinta y tres países participantes en la encuesta se tenía una muy buena imagen de Japón como nación moderna, tolerante y constructiva. "Para un país que salió de la II Guerra Mundial como Estado vencido, con la confianza de la comunidad internacional perdida a causa de la política equivocada que había seguido durante la primera mitad del siglo XX, la economía devastada y una imagen muy negativa, es un logro digno de mencionar"<sup>4</sup>.

Algunos críticos y estudiosos han dado en considerar a este creciente interés por el universo iconográfico nipón como una tercera oleada de japonofilia, incluyendo al novelista y ensayista norteamericano Roland Kelts. Profesor en la Universidad de Tokyo con varios trabajos publicados tanto en EEUU como en Japón, a través del ensayo *Japanamerica* se aproxima con mimo y precisión a este fenómeno sociocultural de vital importancia

<sup>3</sup> KELTS, Roland; *Japanamerica*, p.16.

<sup>4</sup> DAVALOVSKY, Csilla. "Los embajadores pop de Japón". *EL PAÍS - Opinión. La Cuarta Página*. p.27.



para el futuro del manga y anime japoneses. En opinión de Kelts, este pasa necesariamente por la transformación de la percepción que de ambos medios se tiene en occidente y por un cambio en las estructuras de comercialización de Propiedad Intelectual en Japón. Si bien existen multitud de publicaciones analíticas acerca de manga y anime, así como infinidad de revistas, páginas web y blogs escritos por críticos, estudiosos y aficionados del manga y el anime en general, son muy escasas las revisiones serias que se aproximen desde esta órbita.

La primera oleada de japonismo correspondería, claramente, con la manifiesta influencia mostrada en el arte europeo y norteamericano tras la apertura de Japón a comienzos del período Meiji. Tuvo su máximo exponente en la llegada y acogida entusiasta de los primeros ukiyo-e a Europa,

a manos de los artistas de las vanguardias (fig.1). El segundo desembarco en occidente de la cultura japonesa se habría producido en la segunda mitad de la década de 1950 y comienzos de los años sesenta, a raíz de la generación beat (beatnik), que propugnaba el budismo zen y a través de la cual se introdujeron muchos de los elementos del Japón tradicional, inspirados en siglos de práctica zen, así como ritos sintoístas o la ceremonia del té.

Sin embargo, esta creciente ola de japonofilia enfatiza en la cultura pop nipona, en la deslumbrante hipermodernidad de sus ciudades de cemento y luces de neón. "Lo que es único de la actual ola es la naturaleza tan moderna, casi futurista, de la cultura japonesa que está siendo observada. Siempre hay norteamericanos interesados en los pilares icónicos de la cultura japonesa,

1\_ Óleo de Vincent Van Gogh titulado "Japonesería: Puente bajo la lluvia" (1887), inspirado en el original de Utagawa Hiroshige, "Puente Ôhashi, chubasco repentino cerca de Atake", de la serie "100 vistas de lugares famosos de Edo" (1857).

como la tradición samurái del bushido, que enfatiza en el honor y la disciplina, el arreglo floral ikebana, la ceremonia del té y la filosofía zen<sup>5</sup>. Sin embargo, actualmente los ciudadanos occidentales se sienten más atraídos por la ecléctica realidad contemporánea japonesa, así como por los excéntricos miembros y seguidores de estas corrientes. En muchos casos, este tipo de aficionados occidentales terminan por mostrar un interés tangencial por otras manifestaciones tradicionales de la cultura nipona y para los cuales, en cierto modo, no dejan de ser dos facetas de una misma realidad, igualmente chocante y revolucionaria.

Durante muchos años ha existido - y aun pervive en la actualidad - un sentimiento de Japánofobia, de odio hacia todo lo relacionado con el país del sol naciente, tanto en algunas naciones occidentales como en los estados limítrofes del continente asiático (fig.2). Frente a esta situación, en la mayoría de los países europeos nunca llegó a cristalizar un sentir general de la sociedad de rechazo hacia Japón y lo que esta nación representaba. La afinidad europea radicaba fundamentalmente en la ausencia de un enfrentamiento directo durante la II Guerra Mundial, así como en la visión romántica que se tenía del país, deudora en gran medida de los años de japonismo e interés burgués por la cultura japonesa, y de la atracción manifiesta de los artistas de las vanguardias por los referentes nipones.

En China y otros países asiáticos, este odio responde a motivos más viscerales y enquistados, resultado de la política expansionista y dominante del Imperio Japonés durante varios siglos, que tuvo su culminación con las atrocidades cometidas por el ejército nipón durante las campañas militares de la Guerra del Pacífico. La beligerancia, imperialismo y desprecio manifiestos de Japón hacia otras naciones asiáticas durante sus conquistas a comienzos del siglo XX, amparados en su superioridad militar, motivó una animadversión hacia todo lo japonés que todavía permanece en la actualidad. Más aun, la rápida recuperación económica de Japón tras la derrota de la II Guerra Mundial propició la envidia de otras naciones y el temor del resurgir comercial e industrial de Japón.

En EEUU, en cambio, los años de japonofobia vividos con posterioridad al conflicto armado no son directamente achacables a las heridas y sufrimientos causados por el ejército japonés - mitigados, en gran medida, al saberse vencedores de la Guerra - sino por dos motivos, fundamentalmente económicos, fruto del desarrollismo comercial japonés experimentado en los años de posguerra y hasta finales de la década de 1990.

La increíble recuperación económica de Japón tras los daños sufridos durante la II Guerra Mundial suscitó un cierto resquemor en una parte de la sociedad norteamericana, preocupada y

2\_ Uno de los carteles de propaganda antijaponesa distribuidos por la WPA norteamericana durante la II Guerra Mundial (1941).



<sup>5</sup>KELTS, Roland. Op. cit. p.5.

envidiosa ante los enormes progresos experimentados por las empresas japonesas. Durante muchos años los empresarios norteamericanos criticaron los duros aranceles fijados por parte del gobierno japonés para la comercialización de productos extranjeros en el mercado interno de la nación, bajo acusaciones de proteccionismo extremo y competencia desleal.

Algunos sectores económicos de EEUU no ven con buenos ojos la dura competencia de las grandes empresas japonesas en áreas industriales en las que las compañías estadounidenses han sido, tradicionalmente, punteras y dominadoras del mercado internacional. La Industria japonesa sorprende no sólo por su habilidad para competir en el mercado global en igualdad de condiciones, sino también por superar en el mercado interno norteamericano a algunas corporaciones emblemáticas, que formaban parte de la orgullosa tradición empresarial americana del siglo XX.

A mediados de la década de 1980 y comienzos de los años noventa, surgieron muchas voces críticas en Estados Unidos como respuesta al vigoroso crecimiento de la industria automovilística japonesa, y en especial de la emblemática marca Toyota, que hacía peligrar la posición que durante años había ostentado la multinacional estadounidense General Motors como primer fabricante mundial de automóviles. Todo ello moti-

vó reproches y movimientos de protesta, y el resurgir de un fuerte sentimiento de rechazo hacia todo lo japonés por parte de algunos sectores radicales de la sociedad norteamericana, de un modo no visto desde la II Guerra Mundial. Finalmente, la evolución del mercado de coches en todo el mundo, la subida en los precios del carburante y el cambio de mentalidad del consumidor medio americano, propició la bancarrota a comienzos del año 2009 del emporio GM, que durante décadas había sido el mayor fabricante de automóviles del mundo por número de ventas, y que en el año 2007 se había visto superado por la multinacional japonesa Toyota.

Las empresas japonesas consiguieron recuperarse en un tiempo récord tras la completa destrucción de la guerra, y en apenas unas décadas competir y aventajar a sus homólogas estadounidenses, líderes del modelo capitalista. En cierto modo, el origen de la japanofobia estadounidense también se sustenta en el hecho de que Japón triunfase bajo una fórmula de capitalismo diferente al sistema norteamericano. El fin de la II Guerra Mundial no sólo acarrió la derrota de Alemania y Japón a manos del ejército aliado, sino también la constitución de un nuevo sistema económico mundial, dividido entre socialistas y el capitalismo occidental del que EEUU era el principal símbolo. En medio de la Guerra Fría Japón fue capaz de renacer sin recurrir a una copia del capitalismo ameri-

cano, sino a través de un capitalismo refundado, una tercera vía que no seguía al pie de la letra ninguna de las grandes teorías de mercado impuestas desde ambos frentes. En cierto modo, Estados Unidos nunca entendió que Japón hubiese triunfado con un sistema económico que no fuese el suyo.

Curiosamente, los motivos de esta nueva ola de japonofilia resultan mucho más confusos para los analistas e investigadores. Las causas responsables de la japanofobia existente en algunas naciones asiáticas parecen evidentes, así como los fundamentos que estimularon el acercamiento a la cultura japonesa por parte de occidente en décadas anteriores. En gran medida, las causas que impulsan este nuevo japonismo cultural son incomprensibles para los propios ciudadanos japoneses, “sorprendidos de que su insignificante cultura, reflejo de la climatología extrema del país, pudiese ser tan fascinante para aquellos que no habían vivido bajo sus estrictas reglas”<sup>6</sup>. Para el japonés medio resulta desconcertante el interés suscitado por su cultura en numerosos países extranjeros y, en especial, entre el público occidental, ajeno a muchas de las convenciones y códigos que rigen la vida diaria nipona.

En apenas dos siglos Japón sufrió severas transformaciones a través de un proceso dicotómico de destrucción y renacimiento. A mediados del siglo

XIX, tras la Revolución de Meiji, el aperturismo hacia occidente y el interés por parte del Ejecutivo japonés por adoptar los progresos médicos y científicos de Europa y EEUU, posibilitaron un gran intercambio económico y cultural, así como la adopción de muchos de los avances de la moderna sociedad industrial de occidente. En cierto modo, la paulatina implantación de estas mejoras contribuyó al nacimiento de un nuevo Japón, industrializado y poderoso, mucho más avanzado que el resto de países asiáticos, pero a costa de la destrucción de algunos de los pilares culturales nipones que habían permanecido inalterados durante siglos. La Guerra del Pacífico y los años posteriores al fin de la misma, durante la ocupación estadounidense, acarrearán nuevas transformaciones -de destrucción y renovación - a la realidad japonesa. El Japón de hoy en día es, sin duda alguna, deudor de esas sucesivas metamorfosis. “El resultado de este impresionante triple-revés (la catastrófica industrialización, la guerra, la ocupación estadounidense) es el Japón que nos encandila, perturba y fascina hoy en día: un mundo en espejo, un planeta alienado con el que se pueden hacer negocios, un futuro”<sup>7</sup>.

El pueblo japonés asume con naturalidad la curiosidad manifestada por Occidente hacia determinados focos de su realidad contemporánea. Japón es uno de los países más desarrollados del mundo y la segunda econo-

<sup>7</sup> GIBSON, William. “Modern boys and mobile girls”. *The Observer* [en línea].

mía global<sup>8</sup>, a pesar de los años de recesión y de crisis económica. No es extraño que muchos analistas extranjeros muestren un gran interés por el estudio de la situación económica nacional, o acerca de los pilares y estrategias del mercado nipón. Desde una óptica pragmática y una visión institucionalizada tiene sentido esta aproximación académica e investigadora, fundamentada en aspectos económicos o históricos, así como el interés turístico de los extranjeros, más superficial y centrado en los clichés culturales y en la vasta riqueza artística del país.

La moderna inclinación de occidente por la cultura japonesa no atañe a los condicionantes culturales clásicos propios de una nación tan dispar, lo que resultaría hasta cierto punto comprensible, dado el interés histórico o el carácter pintoresco de algunas tradiciones. En cambio, esta nueva generación de jóvenes occidentales se interesa por la cultura pop y otros elementos de la vida cotidiana nipona que cualquier ciudadano japonés consideraría marginales, intrascendentes o nimios. Lo que resulta a todas luces incomprensible para la inmensa mayoría de los japoneses es la aparición de modernos 'otakus' occidentales, fanáticos del manga y el anime interesados en la cultura pop, así como la expansión internacional del manga, un medio narrativo resultado de la propia naturaleza e historia niponas, un bien de consumo personal y cotidiano, y al mismo tiempo aparentemen-

te codificado e incomprensible para el lector extranjero. "Esta presunción, sin embargo, se contradice con la demarcación lingüística que separa la palabra *geemu*<sup>9</sup>, escrita en *katakana*, de las formas tradicionales empleadas para referirse al concepto 'juego': *tawamure*, *yûgi* o *asobi*. Esta ruptura evidencia la teoría de Kenichi Ohmae acerca de la convergencia global en la 'Generación Nintendo'. En opinión de Ohmae, gurú de la gestión y profeta de la globalización, esta generación tiene más en común con personas de la misma edad en otros países que con las generaciones precedentes dentro de su propia cultura"<sup>10</sup>.

Para muchos aficionados occidentales, el manga y el anime contemporáneos son el mejor reflejo de la sustantividad dual del Japón actual, y uno de los pocos medios culturales capaces de aunar en un único producto ambas realidades. Tradición y modernidad confluyen a través de un medio único, que tiene sus orígenes en formas pictóricas tradicionales de la antigüedad nipona, pero que al mismo tiempo es señalado como el máximo exponente del imaginario pop japonés en todo el mundo, sin renunciar por ello a la denominación de origen que lo singulariza. "El manga, como género originario de Japón, es realmente único en su forma de presentación y de expresión. A través del manga es posible describir la realidad de la vida o transmitir al lector los sentimientos más profundos de una persona"<sup>11</sup>.

<sup>8</sup> Japón es, actualmente, la segunda economía del mundo en términos de PIB y la tercera en términos de paridad de compra. La mayoría de analistas estiman que a mediados del año 2010, China arrebatará oficialmente a Japón el puesto que ostentaba como segunda economía del planeta, a tenor de los datos de crecimiento económico del bienio 2008-2009.

<sup>9</sup> Del inglés "game".

La sociedad japonesa ha mutado significativamente en las últimas décadas. La generación del baby-boom todavía manifiesta un respeto reverencial por la opinión que su país pueda ofrecer al resto del mundo y, de manera significativa, la consideración que todo lo relacionado con Japón merezca en los Estados Unidos. Esta cautela se constata por la presencia en los medios de comunicación más tradicionales, como prensa y televisión, de todo tipo de noticias alusivas a la realidad cotidiana norteamericana, y de qué manera estas afectan a la situación interna nipona. Por el contrario, las nuevas generaciones de japoneses no sólo no se preocupan por la impresión que puedan generar en el extranjero, sino que en ocasiones se enfrentan deliberadamente a determinadas políticas de Estados Unidos, aliados europeos y sus socios internacionales como un reclamo reivindicativo. "Los medios de comunicación japoneses se centran de manera significativa en Estados Unidos, por una parte porque las bases militares norteamericanas aún ocupan enormes parcelas de un archipiélago ya de por sí abarrotado, y por otra parte porque EEUU se entiende como un modelo a seguir para la generación de pos guerra"<sup>12</sup>.

Curiosamente, el principal punto en común entre ambas generaciones - tal vez por motivos distintos - es el asombro de unos y otros al constatar el masivo interés del público occidental por los

diferentes productos relacionados con el manga y el anime, así como por las distintas manifestaciones culturales japonesas en general. Incluso desde sectores estratégicos para el futuro, como empresas de merchandising, editoriales de manga y productoras cinematográficas, se percibe con extrañeza y estupor el creciente interés internacional.

Al contrario que muchas otras empresas niponas especializadas en electrónica, con gran proyección internacional, la industria del manga y el anime no ha mirado hacia el mercado extranjero con visión de futuro; incluso a pesar del notable crecimiento en las ventas editoriales y de dvd en los últimos años, tanto en Estados Unidos como en Europa, muchas productoras aun se cuestionan el porqué del interés del consumidor occidental. Los ejecutivos de las grandes productoras no entienden el porqué del éxito del anime y del manga en occidente, teniendo en cuenta que se trata de un producto codificado, ideado exclusivamente para el espectador nipón. Como se puso de manifiesto en el capítulo que aborda la realidad económica del manga, las grandes empresas japonesas, que durante décadas se esforzaron por diseñar y adaptar sus productos para que encajasen con los gustos del consumidor extranjero, no alcanzan a comprender el atractivo que subyace bajo una propuesta tan críptica como sugerente. Precisamente, el anime triunfa por "su estilo tan poco común, resultado de yuxta-

<sup>10</sup> GRASSMUCK, Volker. *Man, Nation & Machine. The Otaku Answer to Pressing Problems of the Media Society.*

<sup>11</sup> ASÓ, Tarô. Op. cit.

<sup>12</sup> KELTS, Roland. Op. cit. p.4

poner un mundo de denso realismo con personajes animados gráficamente. (...) Una historia plagada de codificadas actitudes japonesas hacia los extranjeros controladores”<sup>13</sup>.

La propia evolución en las ventas de otro tipo de productos típicos de las industrias tradicionales japonesas - como la informática, la electrónica o la automovilística - reflejan una búsqueda activa por parte de los compradores extranjeros de artículos que directa o indirectamente remitan al ideal del Japón futurista representado en las películas y publicaciones de ciencia-ficción. El carácter japonés de la emblemática corporación Toyota, tanto en su gestión empresarial como en la puesta en escena de su imagen de marca, tiene su máximo exponente tecnológico en el coche híbrido Prius (fig.3). El éxito internacional del Prius, más allá de las aportaciones tecnológicas a la industria automovilística, puede entenderse como un gesto de aprobación del público y del consumidor internacional. El Prius no es tan sólo un automóvil de bajo consumo, sino ante todo un coche que apela a esa ilusión de realidad futurible de Japón, una fantasía urbana de luces de neón y autopistas deslumbrantes como las descritas en *Akira* (fig.4).

*“Las imágenes contemporáneas de Japón son imágenes del futuro. En un fenómeno que se inició con la película Blade Runner, el imaginario futurista de ciencia-ficción y el imaginario de Japón*

*han terminado por fusionarse. Los jóvenes europeos y estadounidenses que se mostraban desilusionados y cínicos ante las políticas juveniles y la resistencia cultural, han sido invitados a pensar en Extremo Oriente como la cuna de una nueva subcultura cruda y realista, y de un movimiento juvenil de origen asiático. Las películas de animación japonesa importadas han ayudado a alimentar la imagen de la juventud nipona como individuos robóticos, despiadados y animales visuales de un futuro posmoderno. (...) Una predicción realizada por el filósofo Hegeliano de origen francés, Alexander Kojève en 1959, afirmaba que la interacción entre Occidente y Japón daría como resultado no la vulgarización del segundo, sino una progresiva japonización de Occidente”<sup>14</sup>.*

A través de una breve reseña titulada *Universal Orientalism for Future Global Citizens?* (1999)<sup>15</sup>, Sharon Kinsella aborda la evolución diferencial experimentada por un nuevo orientalismo surgido a finales del siglo XX - en el que se insertaría esta tercera oleada de japonofilia - frente a otras aproximaciones anteriores a la cultura asiática, y como el primero se desliga de cualquier referente de identidad nacional real. En cierto modo, se puede afirmar que este nuevo japonismo está dirigido a un nivel generacional antes que a un nivel regional concreto. La cultura pop japo-



<sup>13</sup> CAREY, Peter. *Equivocado sobre Japón. El Viaje de un Padre y su Hijo*. p. 39.

<sup>14</sup> KINSELLA, Sharon. *Japanization of European Youth*.

<sup>15</sup> KINSELLA, Sharon. *Universal Orientalism for Future Global Citizens?*.

<sup>16</sup> Ibid.



4 nesa es más cercana y accesible para los modernos fans occidentales del manga y el anime que para los ciudadanos japoneses ajenos a este nuevo lenguaje. “En su más reciente resurgimiento en la década de 1990, el orientalismo cultural se ha convertido en un tema abstracto. El estilo Neo-asiático no se ha preocupado por la identidad nacional, sino por la identidad personal y corporativa. La cultura Neo-asiática se ha empleado para posicionar a la gente de un nuevo modo: para imaginar nuevos tipos de personas. Últimamente el estilo Neo-asiático se ha preocupado en re-definir y re-inventar al individuo moderno”<sup>16</sup>.

No obstante, la progresiva expansión de la cultura pop japonesa entre la comunidad internacional, y de manera especialmente significativa en Europa y Estados Unidos, no fue un

ejercicio pasivo. A pesar del desconocimiento de una parte de la ciudadanía japonesa respecto al interés de occidente por su cultura popular contemporánea, y de la falta de iniciativa demostrada por algunas importantes industrias ligadas a esta (como el mercado editorial responsable de las publicaciones manga o las productoras de anime) algunos sectores han reaccionado - aunque de manera tardía - ante la perspectiva de este nuevo gran negocio del siglo XXI. El Gobierno japonés, que durante décadas abanderó el sentir de esa parte ignorante de la sociedad, al evitar cualquier tipo de alusión en el extranjero a la cultura pop nipona, ha invertido radicalmente su actitud, pasando a constituirse como uno de los principales valedores del manga y el anime japoneses. Consciente de la repercusión económica de ambos medios en el mercado

global, el Ejecutivo nipón incide en su importancia como ejemplo de un nuevo modelo económico basado en la exportación de propiedad intelectual, y no simplemente en la venta de bienes de consumo manufacturados. El éxito internacional del manga y el anime en occidente, entre una nueva generación de aficionados, propicia una nueva colonización cultural, centrada en la transmisión de los elementos de la cultura pop, a pesar de la especificidad japonesa de las historias y de estar plagadas de clichés y referentes indescifrables a priori para alguien ajeno a la cultura autóctona. El enorme éxito y positiva acogida de multitud de series japonesas por parte de los jóvenes europeos y americanos deja constancia del poder de ambos medios como comunicadores de la cultura nipona. “Esta copiosa cantidad de animación, japonesa o de influencia anime, emitida en la MTV y en otros canales privados juveniles es un buen barómetro para comprobar cuan comfortable se sienten las nuevas generaciones con este medio”<sup>17</sup>.

Durante las últimas dos décadas, la presencia de creadores nipones de diversa índole que han trasladado fragmentos de la cultura y realidad cotidiana japonesa al resto del mundo ha aumentado de forma exponencial. Originalmente, este tipo de iniciativas se desarrollaron desligadas de los canales oficiales y asociadas a movimiento juveniles y a una subcultura underground. Japón no esperó

expectante el interés del resto del mundo sino que participó activamente exportando cultura de calidad en un número considerablemente superior al de décadas anteriores. Tal vez el país empezase a ser consciente del potencial económico de la producción cultural y de la exportación de propiedad intelectual. “El potencial del anime en el extranjero es enorme. (...) Es arte, y en consecuencia el mercado ha empezado a comprender que el anime es un medio serio. La percepción del anime como un medio serio tanto para el pensamiento como para el entretenimiento tan sólo puede seguir creciendo”<sup>18</sup>. El novelista nipón Haruki Murakami concluyó al respecto: “Cuando éramos ricos en los años ochenta, no producíamos ningún tipo de cultura internacional. Pero cuando de nuevo fuimos pobres, recuperamos la humildad. Entonces nos volvimos creativos”<sup>19</sup>. La repentina crisis económica que sacudió la economía japonesa a mediados de la década de 1990, y que trajo consigo un prolongado período de recesión tras años de intenso crecimiento económico, puso fin a una época dorada para la industria japonesa - que hasta entonces basaba gran parte de su crecimiento en el mercado interno - evidenciando la necesidad de plantear nuevas fórmulas para la exportación internacional. Sin equiparar en modo alguno la burbuja económica japonesa de los años noventa con las bombas atómicas de 1945 o la hambruna de los años de posguerra, Harauki

<sup>17</sup> KELTS, Roland. Op. cit. p.19.

<sup>18</sup> Ibid. p.77.

Murakami apunta, tal como expuso el artista Takashi Murakami con anterioridad, a los períodos de crisis, adversidad y profundo trauma como catalizadores de la creatividad e identidad cultural japonesas desde la finalización de II Guerra Mundial.

Hasta hace apenas unos pocos años, los sucesivos Gobiernos japoneses se habían resistido a reconocer el factor de influencia sociocultural del manga, no sólo dentro de sus propias fronteras - considerado un mero pasatiempo - sino sobretudo en el extranjero, obviando su potencial para dar a conocer la cultura japonesa en otros países. La entrada en el Gobierno en el año 2008 del ex-Primer Ministro Tarô Asô, declarado entusiasta y lector de manga, y su gestión anterior como Ministro de Asuntos Exteriores entre los años 2005 y 2007 propició, en gran medida, este cambio en la política gubernamental. Del rechazo de décadas anteriores y de la indiferencia mostrada en los últimos años, se pasó a una defensa activa del manga, loando sus virtudes didácticas e integrándolo en el temario oficial de la historia japonesa, del que,

5 hasta entonces, había permanecido inexplicablemente ausente. *“El manga no está menospreciado, al contrario, se lo considera un excelente medio para toda clase de informaciones. Incluso el Ministerio de Educación lo aprovecha para algunos pasajes de libros de texto”*<sup>20</sup>. En el año 2002, el Ministerio de Educación japonés evidenció este cambio de mentalidad - obviado en dé-

cadass anteriores - al reconocer el manga como una parte importante de la cultura y la historia japonesa, así como la trascendencia que tiene en el conjunto de la sociedad nipona, pasando a formar parte del temario oficial de colegios y escuelas en todo el país. A tal fin, el Ministro llegó a afirmar que “el manga puede considerarse como una de las formas de expresión tradicionales de Japón”. De una manera escueta y un tanto descarnada, en los libros de texto se explica como se produjo la evolución desde los rollos de pergamino pintados a mano anteriores a las guerras intestinas, hasta el manga contemporáneo, pasando por el *ukiyo-e* y los *hanga* del período Edo.

Esta nueva dinámica se escenificó en marzo de 2008 con el nombramiento del gato *Doraemon* (fig.5), celeberrimo personaje de Fujimoto Hiroshi y Fujiko F. Fujio, como el primer embajador de la cultura manga y anime de la nación, a cargo del Ministerio de Asuntos Exteriores japonés. En palabras del ministro Masahiko Komura, la designación de Doraemon respondía a un intento por ayudar a las personas de otros países para comprender mejor el manga y el anime y profundizar en su interés por la cultura japonesa. Al margen de la representación mediática, este movimiento de la diplomacia nipona revela el interés del Ejecutivo por aprovechar las capacidades de transmisión cultural e influencia social de ambos lenguajes. El Ministro



<sup>19</sup> MURAKAMI, Haruki; en: Ibid. p.180-181.

<sup>20</sup> KOYAMA-RICHARD, Brigitte. *Mil Años de Manga*. p. 160.

Komura afirmó dirigiéndose al gato azul: "Doraemon, espero que viajes alrededor del mundo como un embajador del anime, y que ayudes a la gente a profundizar en la comprensión de Japón de tal modo que se conviertan en amigos de nuestro país". Esta decisión gubernamental, inédita en más de un siglo de manga moderno, eleva a Doraemon a la categoría de Icono Internacional, que ya había sido designado como Héroe Asiático por la revista Time Asia en el año 2002, bajo el epígrafe "El héroe más mimoso de Asia" (fig.6).

Este nombramiento forma parte de los esfuerzos diplomáticos llevados a cabo últimamente por Japón para aprovechar el potencial de la cultura pop en las relaciones internacionales. Junto a otras iniciativas similares, orientadas a facilitar la aproximación y entendimiento de la cultura nipona en todo el mundo, el Gobierno Japonés también puso en marcha un Premio Internacional de Manga en el año 2007, por iniciativa del entonces Ministro de Asuntos Exteriores Tarô Asô, de gran prestigio internacional y que equivale a un Premio Nobel del manga para artistas que trabajan en el extranjero. El propio Ministro Asô llegó a manifestar, en el curso de una conferencia impartida en el año 2006: "Vivimos en una época en la que la diplomacia entre diferentes países se ve afectada brutalmente por el clima de opinión global que, no obstante, se desprende del sentimiento individual de cada ciudadano. Ese es el mo-

tivo primordial por el que queremos que la cultura pop, que ha demostrado ser tan eficaz para penetrar entre el público en general, se convierta en nuestro aliado diplomático"<sup>21</sup>.

"Tal vez no sea una exageración afirmar que Japón ha emergido en el nuevo milenio como una verdadera superpotencia cultural gracias a su capacidad para posicionarse como país posmoderno y a la vez tradicional, así como por la toma de conciencia de sus dirigentes políticos para ejercer el poder suave de Japón para difundir una imagen positiva del país en el mundo"<sup>22</sup>.

Pero el crecimiento en importancia de la cultura japonesa en el 6



<sup>21</sup> ASÔ, Tarô. Op. cit.

<sup>22</sup> DAVALOVSKY, Csilla. Op. cit. p.27.

resto de países occidentales no ha pasado desapercibido. En la década de 1980 algunos gobiernos adoptaron una actitud muy crítica ante el gran volumen de exportaciones japonesas y los numerosos aranceles que el Ejecutivo nipón mantenía dentro de sus propias fronteras. Al igual que entonces, algunos países se cuestionan la creciente importancia que tiene hoy en día la cultura pop en diferentes sectores de la vida cotidiana. Aunque los ámbitos de influencia cultural nipona puedan parecer intranscendentes, están presentes en todo momento y forman parte indisoluble de la realidad social de estos países. Asimismo, frente a este nuevo colonialismo cultural, resulta tremendamente compli-

cado emprender cualquier tipo de campaña o medida proteccionista.

Ya sea a través de la moda, la arquitectura, el cine o la televisión, la cultura pop japonesa está presente en las diferentes facetas que componen el día a día de las grandes naciones occidentales. El manga y el anime gozan de una gran popularidad entre el público infantil y juvenil en Estados Unidos y Europa. Incluso entre aquellos sectores sociales que rechazan inmiscuirse con estos medios populares, la cultura japonesa está presente a través de la última moda (fig.7), reflejo de las tendencias urbanas visibles en Tokyo, o de la cocina de vanguardia. "Tokyo es la capital internacional de la moda, propuesta por el editor de estilo del New York Times esta primavera, dejando de lado a París, Nueva York o Milán como pretendientes. Los dibujos animados japoneses anime actualmente llenan la mayoría de las franjas horarias después de la escuela y los sábados por la mañana en las cadenas de televisión por cable en EE.UU."<sup>23</sup>.

Ante la iniciativa emprendida por parte del Gobierno japonés para la difusión y promoción en el extranjero de las ideas y elementos de la cultura nipona, hay que evaluar la posible respuesta de los países occidentales y las principales potencias mundiales ante una ofensiva de esta magnitud, que si bien puede parecer inocua y silenciosa, puede constituir uno de los ejes de la eco-

7\_Portada del mes de enero de 2010 de la revista de moda masculina Men's Non-Non, presidida por Luffy, el personaje protagonista del manga One Piece (1997), de Eiichirō Oda. En la actualidad, One Piece es el manga por tomos más vendido en Japón, con casi quince millones de volúmenes anuales.



<sup>23</sup> McGRAY, Douglas. "Japan's gross national cool". *Foreign Policy*. p. 46

<sup>24</sup> DAVALOVSKY, Csilla. Op. cit., p.27.

nomía mundial en las próximas décadas. “No es una casualidad que en los últimos años el Gobierno japonés haya empezado a tomar en serio la cultura popular japonesa y a ver en ella una herramienta idónea para la difusión de la imagen del Japón en el exterior. En países como China o Corea del Sur, que aún tienen percepciones negativas sobre la política exterior japonesa de la época de la II Guerra Mundial, los dibujos animados y las tele-novelas niponas están ayudando a crear una imagen más positiva del Japón de nuestros días, especialmente entre los miembros de las nuevas generaciones”<sup>24</sup>.

Francia siempre se ha caracterizado por ser una nación con una arraigada tradición de cómic, tanto por ser el principal productor europeo de historietas como por la valía e importancia internacional de sus dibujantes autóctonos. En la actualidad es, además, el primer consumidor de manga en Europa. No obstante, al igual que sucede en otros países, la rápida penetración del manga japonés en un mercado que parecía estancado tras décadas de deceleración en las ventas, despierta el recelo y la antipatía de algunos autores nacionales. En el caso europeo, además, el cómic siempre ha gozado de un halo de artísticidad que estadounidenses y japoneses le han negado. La visión mercantil de las grandes editoriales niponas y la agresiva campaña comercial iniciada por el Ejecutivo japonés han avivado la ira de algunos dibujantes

franceses. El célebre Jean Giraud, también conocido como Moebius, afirmó en el curso de una entrevista realizada durante la vigésimo sexta edición del cómic de Barcelona: “El manga es una máquina de guerra sin escrúpulos. Ha dividido el mundo en segmentos de mercado y se está aprovechando de la debilidad de los jóvenes. Es un chicle mental, atrae pero destruye el cerebro. Y, lo que es peor, mina la libertad de los dibujantes, poniéndolos al servicio de los intereses imperialistas de su país. Lo peor de todo es que no hay forma de pararlo. Haría falta una tercera bomba atómica. (...) Los superhéroes son hoy algo marginal, no intentan captar a nadie. El problema es del mercado europeo. No exportamos y eso es un contratiempo porque el mercado japonés lo está desequilibrando todo. No le veo solución. Soy bastante pesimista al respecto”<sup>25</sup>.

Estados Unidos, como principal exportador de ideas en el siglo XX, tiene mucho que decir ante la agresiva campaña de expansión cultural incoada desde el Ejecutivo nipón. Este último es ahora consciente del potencial económico y social de Japón como exportador de Propiedad Intelectual, y del importante papel que esta puede desempeñar para el país. Inmerso en una economía de mercado cambiante, Japón promueve ahora la producción de ideas y la exportación de cultura, frente al sistema de elaboración de bienes de consumo que lo caracterizaba

<sup>25</sup> GIRAUD, Jean; en: FERNÁNDEZ, Laura. “Haría falta una tercera bomba atómica para parar al manga”. *El Mundo - Cultura*. p. 51.

<sup>26</sup> KELTS, Roland. Op. cit. p.113.

<sup>27</sup> GRAVETT, Paul. *Manga. La Era del Nuevo Cómic*. p. 152.

<sup>28</sup> Slavoj Žižek es un filólogo, filósofo, psicoanalista y sociólogo esloveno, que integra el pensamiento lacaniano con el marxismo.

como nación industrial y potencia económica hasta la fecha.

En cierto modo, los sectores más críticos de la sociedad norteamericana empiezan a ser conscientes de esta ambigua colonización cultural, en especial en lo tocante a las nuevas generaciones. El manga y el anime presentan algunos contenidos y valores que no aprueban entre determinados sectores sociales de las naciones occidentales y, en especial, en EEUU, pero su auge en este país ha sido espectacular en los últimos años. Como sucede a menudo, los principales argumentos esgrimidos contra ambos medios desde este tipo de colectivos han sido la gran violencia (fig.8) y la carga sexual presente en algunas de las series de manga y anime comercializadas, aun cuando estas no representan más que una pequeña parte del amplio mercado editorial. “Los niños estadounidenses adoran a Totoro, al igual que sus padres. Dragon Ball presenta muchas peleas y combates, pero la violencia retratada no es, en muchos casos, más brutal que las payasadas de Tom & Jerry”<sup>26</sup>. No obstante, sí es cierto que muchas de estas obras reflejan, en general, una actitud más laxa y permisiva respecto a ciertos tabúes sociales y normas de comportamiento entre los más jóvenes. “El manga no fue concebido con la idea de ser exportado. Comenzó relatando historias a través de ilustraciones estilizadas dirigidas al público japonés, específicas desde una perspectiva cultural y

arraigadas en valores comunes, creadas sin tener en cuenta las posibles respuestas procedentes del extranjero respecto al tratamiento que hacían del sexo, la cristiandad y otros temas sensibles a suspicacias”<sup>27</sup>.

“Según el análisis de Slavoj Žižek<sup>28</sup>, la ideología Americana reacciona al creciente predominio económico de los japoneses reprochándoles su incapacidad para divertirse. Es como si disfrutasen prescindiendo de los divertimentos, con su diligencia y su incapacidad para ‘pasar de todo’, o simplemente relajarse y disfrutar de sí mismos. Y este atributo, en particular, es visto como una amenaza para el predominio de América. Estos bárbaros estereotipados no sólo se han convertido en robots, sino que además disfrutaban de su existencia robótica”<sup>29</sup>.

El puritanismo y la gran censura existente en Estados Unidos respecto a este tipo de contenidos, en especial los de índole sexual, han frenado por completo la im-



8\_ Gô Nagai, "Devilman" (1972).

<sup>29</sup> GRASSMUCK, Volker. Op. cit.

plantación y distribución de algunas obras comercializadas en Europa y América Latina, consideradas adecuadas para un público infantil en estos países. “*Garfield*<sup>30</sup> es, en parte, indicativo de lo que la mayoría del público norteamericano considera un cómic para adultos. La aparición de *hentai* en Estados Unidos supone un shock para esa percepción, que podría, eventualmente, detener el progresivo avance en las mentes y mercados estadounidenses<sup>31</sup>. El *hentai* - la vertiente más pornográfica del manga y el anime - condensa los principales taras atribuidas habitualmente a ambos medios, aun cuando sólo representa una pequeña parte del mercado global. Para algunos colectivos sociales, su sola presencia en el mercado americano justifica la persecución mediática de la cultura pop japonesa.

*“Hasta el momento constituye un fenómeno relativamente contenible. El potencial conflicto podría llegar tan pronto la sociedad norteamericana perciba el profundo impacto de las exportaciones culturales japonesas. El anime está empezando a dictar el aspecto y estilo, así como los fundamentos, de muchas grandes películas de Hollywood. El anime y sus ambiguos y, en ocasiones, apocalípticos guiones ocupan las horas de ocio de millones de niños y jóvenes. El anime les está enseñando a los niños que no todas las historias tienen un final feliz, una lección que sus organizados progenitores tal vez quisieran controlar ellos mismos”<sup>32</sup>.*

El impacto real del colonialismo cultural japonés en la sociedad americana, capitaneado por las emisiones de anime en televisión y las publicaciones de manga, se ve reflejado en la evolución experimentada en el número de estudiantes de lengua japonesa desde mediados de los años noventa. Frente a los poco más de 125.000 alumnos matriculados en el año 1997, el número de estadounidenses estudiando japonés superó los tres millones en el año 2006. En menos de una década la cifra de alumnos del idioma japonés en suelo norteamericano se multiplicó por veinticuatro.

Los primeros intentos serios de incursión de la cultura pop japonesa en Estados Unidos se produjeron a comienzos de la década de 1990. Japón posee una visión bastante ajustada de la realidad social estadounidense gracias a las décadas de colonialismo cultural norteamericano en el archipiélago nipón, que de un modo más intenso que en otros países se sucedieron tras la conclusión de la II Guerra Mundial. No obstante, a pesar de que algunos colectivos sociales originados en los EEUU habían manifestado en décadas anteriores gran interés por la cultura tradicional nipona, ligada a su pasado religioso y folclore histórico, la moderna cultura pop nunca caló con tanta facilidad como en otras naciones occidentales. Curiosamente, a pesar de presentar mayores semejanzas con Estados Unidos que con otros pueblos, Japón no

<sup>30</sup> DAVIS, Jim (1978). Cómic estadounidense que narra las aventuras diarias del gato Garfield.

<sup>31</sup> KELTS, Roland. Op. cit. p.142.

<sup>32</sup> Ibid. p.114.

ha sabido superar los condicionantes de la cultura americana, tan universal y, a la vez, tan hermética e inflexible como la suya propia. "Japón ha hecho grandes intentonas por penetrar en la cultura americana, a menudo minusvalorado por el resto del mundo como una nación agravantemente insular"<sup>33</sup>.

La cultura pop japonesa contemporánea no puede entenderse al margen de la cultura estadounidense del siglo XX. "Asiática en sus raíces pero occidental en su apariencia, la J-Pop encarna a los ojos de los jóvenes de diversas nacionalidades la modernidad y el estilo chic japonés. (...) Se trata de un estilo de vida que tiene mucho de occidental, pero que en Japón ha logrado mezclarse con elementos de la cultura tradicional nipona"<sup>34</sup>. Tomándolos como algo propio, los japoneses adoptaron con naturalidad muchos de los elementos fundamentales de la civilización norteamericana, pero transformándolos ligeramente a fin de adaptarlos a su particular hacer, uniendo de ese modo a un producto cultural típicamente americano, el característico toque japonés. "De entre todos lo extranjeros, los japoneses en particular, debido a los años de ocupación estadounidense, pueden sumergirse en décadas de iconografía pop americana para descifrar la psique de su anterior conquistador. Pero es precisamente el carácter radicalmente japonés del anime, el manga, y los iconos culturales lo que están buscando los fans y críticos nor-

teamericanos, y no burdas copias de nuestros propios estilos estéticos"<sup>35</sup>. A ojos del espectador americano resulta atractivo el carácter único que impregna a ambos medios. Como se ha repetido con recurrencia a lo largo del presente estudio, lo que sin duda seduce al aficionado occidental, independientemente de los códigos y clichés intrínsecos a una cultura tan diferente, es la denominación de origen que caracteriza al manga.

En la revisión histórica se hacía hincapié en el origen misceláneo del manga, arraigado en la tradición pictórica japonesa pero influenciado al mismo tiempo por las innovaciones gráficas venidas desde occidente. Probablemente, el manga jamás habría llegado a existir en su forma actual sin la brusca irrupción del arte occidental a comienzos del período Meiji, o sin las décadas de colonialismo cultural americano que siguieron al fin de la Guerra del Pacífico. Ahora Japón le devuelve a EEUU y al resto de países occidentales los resultados de esa metamorfosis con la esperanza de que ellos inicien una nueva revolución a partir del manga y el anime. "Japón ha tomado lo que ha querido de la cultura global, lo ha transformado con sombras y matices de su propia experiencia histórica, y lo ha devuelto al mundo bajo la forma de un estilo, ligeramente diferente, pero decididamente japonés. Desde las bombas atómicas de Japón a la zona cero estadounidense, las relaciones entre ambos países han

<sup>33</sup> McGRAY, Douglas. Op. cit. p. 46

<sup>34</sup> DAVALOVSKY, Csilla. Op. cit. p.27.

<sup>35</sup> KELTS, Roland. Op. cit. p.22.

culminado en el siglo XXI con un abrazo, un tanto incómodo, de sensibilidades aparentemente dispares”<sup>36</sup>.

Al igual que sucedió con Osamu Tezuka en la década de 1960, los jóvenes dibujantes y directores de animación estadounidenses tomarán como referentes para el siglo XXI las películas de Hayao Miyazaki y el Studio Ghibli, o las obras de *mangakas* como Katsuhiro Ôtomo o Eiichiro Oda. “La japonesa es una cultura de adquisición más que de absorción. Japón es una nación insular atascada entre dos mundos, (...), que adquiere lo que desea (o lo que sabe que va a funcionar) y lo ubica, rechazando o ignorando gradualmente aquello que no le interesa”<sup>37</sup>. Desde siempre, la naturaleza nipona ha albergado la capacidad para absorber aquellas manifestaciones que le interesan, transformándolas y adaptándolas, muchos antes de la llegada de la civilización occidental o la hibridación con determinados elementos de la cultura norteamericana. El manga ejemplifica magistralmente este proceder nipón, adoptando determinados lenguajes hasta el punto de hacerlos propios, intrínsecamente japoneses, pero bajo los cuales subyace un carácter universal.

Con posterioridad a los atentados del 11 de Septiembre del año 2001 en Nueva York, y a raíz de los análisis y comentarios realizados por parte de algunos tertulianos y analistas, que comparaban las imágenes del

11S con una película, Roland Kelts afirmó con rotundidad: “*El 11S no se parece a una película o a una fotografía. Se parece más al anime*”<sup>38</sup>. Más allá de las similitudes entre los diferentes medios audiovisuales, cabe preguntarse: ¿Qué hace del anime algo tan particular, tan diferente? Los *media* norteamericanos, tan propensos a etiquetar la información, se refirieron desde el primer momento a la zona de la catástrofe como “zona cero”, o lo que muchos periodistas y ciudadanos neoyorquinos dieron en llamar “el hongo”, en alusión a la nube atómica. El día de los atentados, durante un momento, la gigantesca nube de polvo, cristal y arena recordó al pueblo americano los peores miedos de la Guerra Fría. Las imágenes del 11S recordaban el horror que los japoneses vivieron en el año 1945, así como a las miles de interpretaciones que, consciente o inconscientemente y desde entonces, nos han legado el manga y el anime en forma de catastróficas distopías futuristas. El anime no cuaja plenamente entre el público norteamericano adulto al ser considerado un medio estrictamente infantil; la predisposición hacia ello, que no se da en otras formas de expresión como el cine y las series de imagen real, provoca que el espectador se sitúe en una posición psicológicamente vulnerable ante el anime, y que el realismo de algunas historias sea doblemente turbador. Para Kelts, el hecho de que el anime sean dibujos animados, suscita que el público baje la guardia

<sup>36</sup> Ibid. p.222.

<sup>37</sup> Ibid. p.182.

<sup>38</sup> Ibid. p.34.



9

ante un medio que considera inocente e inofensivo, y cuyas historias terminan por impactarle. Kelts comparó las escenas televisadas del 11S con el anime, porque el espectador estadounidense era vulnerable ante la crudeza de esas imágenes para las que de ningún modo estaba preparado.

Para William Gibson, autor de la novela *Neuromante* (1984) y responsable de acuñar el término *cyberespacio*, el motivo del éxito de Japón en el extranjero (no sólo durante los años de bonanza y recuperación económica, sino en especial durante las últimas dos décadas, bajo la coyuntura de la crisis económica y la recesión) radica en su condición de realidad futurible, en su capacidad para anticipar lo que el mundo entero espera que sea el mañana. "Japón es la configuración predeterminada de la imaginación global para el futuro"<sup>39</sup>. Bajo la denomina-

ción *Mobile Girls*, Gibson alude a la generación de jóvenes colegialas que se pasean por las calles de Tokyo tecleando a un ritmo frenético en sus pequeños terminales móviles, y que a su parecer sintetizan la condición humana contemporánea (fig.9). "La flexibilidad tecno-cultural que propicia la existencia de *Mobile Girls*, es el resultado de una traumática y prolongada perturbación que comenzó cuando los japoneses, emergiendo en la década de 1860 tras un largo período de profundo aislamiento cultural, enviaron a un grupo de brillantes jóvenes nobles a Inglaterra"<sup>40</sup>. En su opinión, en concordancia con lo expresado por otros analistas e investigadores, el teléfono móvil y los mensajes de texto SMS han originado una nueva subcultura mundial, que tiene en la realidad japonesa el más claro exponente posmoderno: la velocidad de la información, la instantaneidad en la comunicación, el presentismo y

<sup>39</sup> GIBSON, William. Op. cit.

<sup>40</sup> Ibid.

la inmediatez que invaden todas las facetas de la vida.

“Japón ha triunfado, no sólo en su intento por equilibrar una cultura flexible, absorbente, popular, y difundida, con una cultura más privada y doméstica, sino también en servirse de ese equilibrio para construir una incipiente y poderosa fuerza comercial internacional. En otras palabras, el crecimiento de la presencia cultural de Japón ha creado un poderoso motor de *atractivo nacional*”<sup>41</sup>.

#### OTAKU: EL AFICIONADO AL MANGA Y ANIME JAPONÉS.

*“Algún día todo el mundo será un otaku”*<sup>42</sup>.

Uno de los términos empleados habitualmente para referirse al aficionado al manga y el anime japoneses es “*otaku*”. La evolución de este vocablo desde su etimología original - asociada a una forma culta del idioma japonés y alejada completamente del imaginario del manga y el anime - hasta el complejo entramado de connotaciones que el término sugiere en la actualidad, genera, a menudo, controversia entre los estudiosos y sociólogos. “*Otaku* es una palabra japoamericana que ha experimentado una evolución dramática, tanto antes como después de su viaje de ida y vuelta a través del Pacífico”<sup>43</sup>. A partir de la significación original

de *otaku*, las sucesivas transformaciones experimentadas por el uso continuado durante décadas y su inserción en la jerga de los aficionados occidentales del manganime han contribuido a mutar su acepción primigenia, pero han enriquecido al mismo tiempo su trasfondo semántico.

En occidente, como se ha sugerido con anterioridad, la voz japonesa *otaku* sirve para referirse a la persona que profesa una gran afición por el manga y el anime nipones, y prescinde de las connotaciones peyorativas que sí se le atribuyen a dicho término en Japón. Originalmente, *otaku* significaba “tú”, empleado como una forma idiomática culta dentro de un contexto muy formal. Aunque no tiene una correspondencia exacta en castellano, el pronombre de segunda persona “*otaku*” es una forma mucho más distante y circunspecta que “usted”. A principios de los años ochenta, la escritora japonesa de ciencia ficción Moto Arai recurría al término *otaku* para referirse de un modo serio y educado a sus lectores, empleado intencionalmente y con cierta teatralidad como uno de sus recursos estilísticos característicos y definitorios. Muy pronto, esta expresión alcanzó una enorme popularidad entre los seguidores de Arai, que adoptaron su estilo como propio y empezaron a dirigirse y tratarse entre ellos como *otaku*.

“Existen 48 formas de decir yo en japonés, y casi otras tantas para decir tú, pero si quieres dirigirte a alguien emplearás su nom-

<sup>41</sup> McGRAY, Douglas. Op. cit. p. 53.

<sup>42</sup> GREENFELD, Karl Taro. *The Incredibly Strange Mutant Creatures who Rule the Universe of Alienated Japanese Zombie Computer Nerds (Otaku to You)*.

<sup>43</sup> KELTS, Roland. Op. cit. p.154.

bre o el pronombre *anata* (a un igual o superior), *kimi* (a alguien inferior o, en algunos casos, en situación de igualdad), *omae* (a un amigo íntimo o a alguien inferior) u *otaku*. Otaku es la forma educada de dirigirse a alguien cuya posición social respecto a ti todavía desconoces<sup>44</sup>. Esta significación de la palabra *otaku* se transformó radicalmente hace apenas veinte años. No existe documentación exacta acerca del cuando o el porqué, pero al contrario de lo que sucede con muchos de los pronombres arcaicos del idioma japonés que todavía se emplean en determinados contextos, *otaku* perdió por completo su significado original, y hoy en día sólo sería posible oírlo con ese sentido de boca de algunos ancianos.

10

Originalmente “taku” (宅) significa casa. El prefijo “o” (お), de carácter honorífico, manifiesta respeto o cortesía. La expresión conjunta de dicho prefijo y el ideograma “taku” conforma el término otaku (お宅), que puede transcribirse, a un nivel muy literal, como “lo tuyo”, “tu casa”, “tu familia” o, incluso, “tu persona”. A pesar de tratarse de un pronombre personal, de uso limitado bajo un determinado contexto social, las referencias al concepto “casa” se manifiestan a través del radical principal del ideograma “taku”. En el idioma japonés los kanji están compuestos por radicales *bushu*. En el caso del ideograma empleado en la palabra otaku, el radical principal se encuentra en la parte superior - que pasa a denominarse *kanmu-*

*ri* (corona) - y representa, en este caso concreto, el techo de una casa (fig.10). En un sentido amplio el ideograma empleado en la construcción del término otaku connota sucesos, acontecimientos o personas ligados al hogar.

El idioma japonés responde a un complejo sistema de diferenciación por edades, sexos y clases sociales, que el hablante experimentado debe emplear adecuadamente atendiendo a las circunstancias. Para ello, debe calibrar su posición respecto al oyente al que se dirige a fin de elegir la forma idiomática más correcta y adecuada para dirigirse a este. Un lenguaje excesivamente informal en un contexto académico o profesional puede resultar desastroso; al mismo tiempo, un lenguaje formal puede parecer frío y distante, e incluso incitar a pensar que se está empleando de un modo jocoso o burlesco. “Si no existe suficiente información para acertar con al adecuado grado de familiaridad, educación o sumisión, el término neutral y educado *otaku* podía utilizarse. (...) Si uno se imagina a unos adolescentes llamándose unos a otros con las etiquetas ‘caballero’ y ‘señorita’, uno se da cuenta del grado de formalidad y alienación. (...) Los otaku poseen una constitución mental y física frágil. No son jóvenes furiosos o maleducados, sino faltos de confianza en las relaciones interpersonales. Ese es el motivo por el que prefieren formas de diálogo defensivas y extremadamente refinadas<sup>45</sup>.”

<sup>44</sup> GRASSMUCK, Volker. *I'm alone, but not lonely. Japanese Otaku-Kids colonize the Realm of Information and Media. A Tale of Sex and Crime from a faraway Place.*

<sup>45</sup> GRASSMUCK, Volker. *Man, Nation & Machine. The Otaku Answer to Pressing Problems of the Media Society.*

En la actualidad, el significado del término *otaku* es extremadamente amplio. Al margen de la consideración que dicha voz ha adquirido en Occidente, las complejas implicaciones históricas que se han desarrollado en torno al concepto *otaku* en un período relativamente breve de tiempo dificultan ubicarlo con precisión. “Simbolizaba un tipo de relación humana para la que las restantes formas de decir tú resultaban demasiado íntimas. El término *otaku* se refería al espacio entre ambos, dado que están alejados el uno del otro y no existe familiaridad”<sup>46</sup>. En apenas dos décadas ha pasado de emplearse como una sencilla e impersonal etiqueta utilizada entre aficionados del manga y el anime para saludarse, a definir una nueva generación de jóvenes introvertidos, fanáticos de ambos medios, y a consolidar una subcultura urbana de enorme importancia económica y social en todo el mundo.

La generalización del vocablo *otaku* en Japón, para referirse a los aficionados radicales y obsesivos, data de principios de la década de 1980. Los orígenes del término son confusos, no en lo referente a su significado arcaico, que está suficientemente documentado, sino en su generalización entre los aficionados del manga y el anime para referirse tanto a ellos mismos como a otros fanáticos de ambos medios. Originalmente, el término *otaku* siempre se había empleado para referirse a otro, y nunca a uno mismo. Esta situa-

ción ha cambiado radicalmente en la actualidad. No obstante, el orgullo de autodenominarse como *otaku* responde más a la consolidación de una subcultura urbana construida en torno a estos círculos de fanáticos del manganime que a una reivindicación individualista. Los investigadores no se ponen de acuerdo en cómo este término acabó por convertirse en una palabra de uso común entre los aficionados en los años ochenta y el porqué del distanciamiento respecto al significado original del término.

El escritor y sociólogo Lawrence Eng<sup>47</sup> argumenta que el término *otaku* significaba arcaicamente “tu casa” y que posteriormente evolucionó al pronombre formal “tú”. Para Eng, el cambio de significado hasta su acepción actual pudo originarse entre los coleccionistas de animación japonesa: “*la idea básica consiste en que la palabra se usa para indicar de forma explícita indiferencia hacia la persona con la que se habla*”<sup>48</sup>. A finales de la década de 1970 y comienzos de los años ochenta, los aficionados y fanáticos del manga en Japón no eran, ni remotamente, tan numerosos como en la actualidad. A menudo solían concurrir en diferentes eventos o convenciones que a tal fin se organizaban en las principales ciudades japonesas. Algunos de ellos, aun sin saber sus respectivos nombres o entablar una amistad, se reconocían tras haber coincidido en varios de estos eventos, hasta el punto de que empezaron a sa-

<sup>46</sup> YAMAZAKI, en: GRASSMUCK, Volker. *I'm alone, but not lonely. Japanese Otaku-Kids colonize the Realm of Information and Media. A Tale of Sex and Crime from a faraway Place.*

<sup>47</sup> Lawrence Eng es doctor en filosofía y sociología por el Rensselaer Polytechnic Institute de Nueva York, especialista en la subcultura *otaku* y su relación en el ámbito científico-técnico.

<sup>48</sup> ENG, Lawrence. *The Politics of Otaku.*

<sup>49</sup> ENG, Lawrence. *The Origins of Otaku.*

ludarse entre sí con la expresión *otaku*, que vendría a significar “hola tú”, pero con una connotación mucho más formal y distante, próxima a la forma de segunda persona francesa “vous”, o al tratamiento inglés “sir”. En un sentido estricto, estaría más próximo a la expresión “Muy buenas, caballero”.

Su uso inicial pudo deberse a un intento por parte de los coleccionistas por mantener una respetuosa distancia con otros contactos y aficionados. Aunque muchos de ellos se conocían entre sí, era probable que jamás iniciasen una relación de amistad, y que apenas pasasen de una serie de reuniones esporádicas como resultado de esa obsesión común. A menudo, apenas intercambiaban un escueto saludo y se centraban en los artículos de colección. En la mayoría de los casos era prácticamente imposible mantener una relación de proximidad con ellos. “Las transacciones sociales en las redes otaku suelen ser impersonales, perecederas y comerciales”<sup>49</sup>. Ese distanciamiento emocional respecto a otro otaku pudo motivar a la larga el uso de este término entre algunos aficionados.

tal vez se adoptó convencionalmente el término otaku para dirigirse a los integrantes de otros grupos y asociaciones, a fin de manifestar respeto y admiración por la labor desempeñada por dichos miembros.

En opinión de Toshio Okada<sup>50</sup>, miembro fundador del estudio de animación Gainax, el origen del uso del término otaku entre los aficionados del manga y el anime se remonta a la etapa de estudios universitarios en la Universidad Keio (Tokyo) de Shôji Kawamori y Haruhiko Mikimoto, creadores de la saga de ciencia-ficción *Chô Jikû Yôsai Macross* (*The Super Dimension Fortress Macross*, 1982; fig.11) en el estudio Nue. Ambos animadores empezaron a desarrollar el concepto de Macross durante los años que coincidieron en dicha escuela.

La Universidad Keio tiene una respetable tradición aristocrática en Japón, y se considera un centro de enseñanza superior de gran prestigio para las clases más altas y estudiantes adinerados. En consonancia con el talante aristocrático y el ambiente refinado propio de dicha Universidad, Mikimoto y Kawamori empezaron a utilizar el pronombre de segunda persona otaku, mucho más clásico y elevado, en lugar del pronombre empleado en el lenguaje habitual (*anata*). A tenor de lo expuesto por Okada, los seguidores de las series de anime del estudio de animación Nue, y en especial de la saga *Macross*, habrían empezado a

11 Algunos de estos aficionados se agrupaban organizando clubs y asociaciones centradas en sus intereses y colecciones. Al igual que sucedía entre particulares en las ferias y reuniones de manga,



<sup>50</sup> Murakami, Takashi. 2001. “Impotence Culture-Anime”. *My Reality. Contemporary art and the culture of Japanese animation*.

usar esta misma denominación para referirse con devoción a los responsables de dicho estudio, y finalmente se habría extendido entre los colectivos de aficionados asistentes a convenciones y mercados de fanzine.

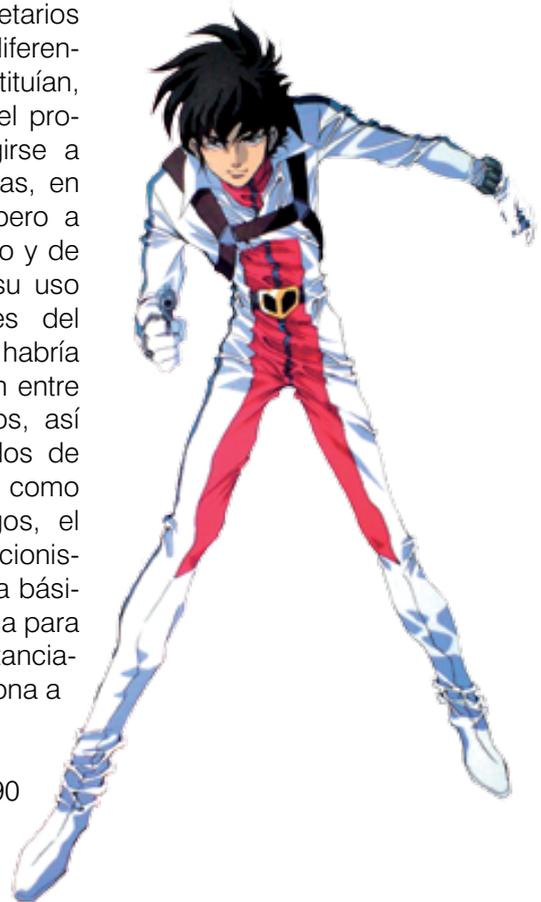
Para Tomohiro Machiyama, la relación del término otaku con la saga fantástica *Macross* es, si cabe, más profunda. En opinión de Machiyama, el término otaku habría empezado a utilizarse entre las comunidades de aficionados de manga y anime a raíz de su uso habitual en los diálogos por parte de uno de los personajes protagonistas en la trama de *Macross*, Hikaru Ichijô (fig.12), que empleaba con frecuencia el pronombre de segunda persona otaku, como un modo de dirigirse respetuosamente hacia otros personajes.

En ocasiones, La propia personalidad de los protagonistas de muchas obras de ciencia ficción y del subgénero mecha se aproxima a un estereotipo que muchos darían en considerar como otaku. Estos personajes, a menudo tímidos adolescentes, expuestos a grandes batallas y tensiones, están encerrados, como única fortaleza ante las catástrofes del mundo, en sus grandes robots metálicos, que actúan a la vez como escudo ante los villanos y, alegóricamente, frente a las inquietudes que los atormentan. Peter Carey retrató con ingenio y acierto a este tipo de aficionados cuando afirmó "entender los Mobile Suits<sup>51</sup> como una metáfora de un tipo

de personalidad particularmente esquiva llamada otaku"<sup>52</sup>.

En opinión del sociólogo alemán Volker Grassmuck<sup>53</sup>, la posibilidad más fiable para la evolución del término otaku apunta a su uso inicial entre diferentes profesionales de la industria de la animación, coleccionistas de ilustraciones y fotogramas originales de las series de anime para cine y televisión. En principio, aunque estos coleccionistas trabajaban en el mismo sector, apenas se conocían entre ellos y habitualmente no entablaban una relación de amistad. Al intercambiar piezas e imágenes de sus respectivas colecciones, o al pedir permiso a sus propietarios para poder admirar los diferentes artículos que las constituían, estos habrían empleado el pronombre otaku para dirigirse a los restantes coleccionistas, en un sentido respetuoso, pero a la vez distante, no afectivo y de gran frialdad. A raíz de su uso entre estos profesionales del medio audiovisual, se habría generalizado su utilización entre los seguidores y fanáticos, así como entre los aficionados de otros medios adyacentes, como el manga, los videojuegos, el merchandising y el coleccionismo de maquetas. "La idea básica es que la palabra se usa para indicar explícitamente distanciamiento respecto a la persona a la que estás hablando"<sup>54</sup>.

En la edición del año 1990 del *Gendai Yogo Kiso Chishiki* - un diccionario en lengua japonesa de



12

<sup>51</sup> *Mobile Suit Gundam* (1979).

<sup>52</sup> CAREY, Peter. Op. cit. p. 76.

<sup>53</sup> GRASSMUCK, Volker. *I'm alone, but not lonely. Japanese Otaku-Kids colonize the Realm of Information and Media. A Tale of Sex and Crime from a faraway Place.*

publicación anual que recoge neologismos - el término otaku recogía la siguiente explicación: “utilizado como un término discriminatorio entre los fanáticos del manga y anime. Se generalizó tras la publicación en 1984 de un artículo de Akio Nakamori en *Manga Burikko*. Define a un tipo de persona que no puede comunicarse con los demás, maniática de los pequeños detalles, y tiene un único y obsesivo campo de interés. (...) La palabra se corresponde con el término inglés ‘nerd’, empleado en EEUU para referirse a los fanáticos de los ordenadores y ciencia-ficción”<sup>55</sup>.

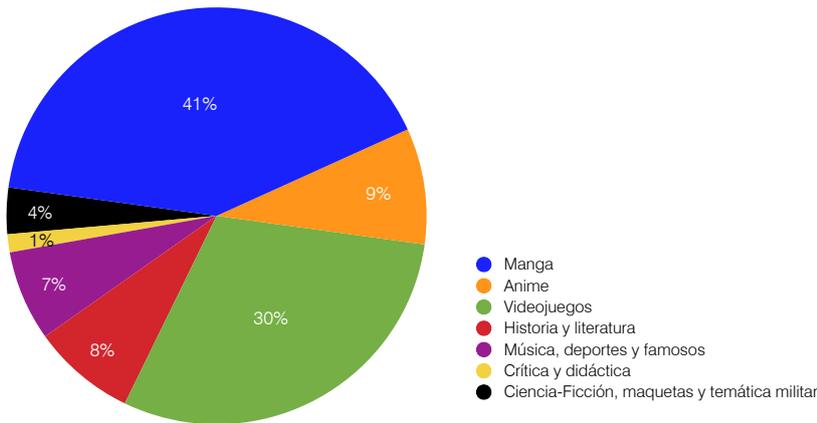
En 1983, Akio Nakamori escribió una serie de artículos en la publicación *Manga Burikko* titulados “Otaku no Kenkyu” (Estudios sobre los otaku), y en los que empleaba por primera vez este término de manera generalizada y en un medio de comunicación mayoritario, más allá de los círculos minoritarios y exclusivos de los aficionados a los que se restringía por entonces. En ellos, Nakamori se refería a los diferentes otaku como un colectivo, bajo la denominación otakuzoku (La tribu de los otaku). Asimismo, en estas reseñas esgrimía muchos de los estereotipos más negativos tradicionalmente atribuidos a estas personas, incidiendo en su carácter obsesivo, radical y marcadamente asociado. Esta primera revisión de los otaku como un colectivo todavía persiste en la actualidad en diferentes círculos académicos, aun cuando el propio término otaku, y la consideración que es-

tos tienen de sí mismos, incide en el naturaleza marginal e independiente de los individuos, encerrados con su obsesión y al margen del mundo, negando el carácter reivindicativo que se esperaría de un colectivo. Esta acepción, no obstante, se difumina ante la progresiva dilución del término experimentada en los últimos años, como resultado de la adopción del mismo entre los aficionados occidentales y el distanciamiento del sentido original dentro de la propia sociedad nipona. En Japón, el vocablo otaku ha terminado por adquirir una significación más amplia y, aunque manifiestamente marginal, con cierto carácter demodé. En el extremo opuesto, los otaku más tradicionales rechazan esta revisión mercantilista del término y su generalización entre la sociedad japonesa.

El término otaku denota una formalidad arcaica que, en la actualidad, puede interpretarse con un sentido de burla y sarcasmo. Nadie en Japón emplearía de manera habitual el término otaku apelando a su significado culto original, y su utilización en una conversación ordinaria para referirse a otra persona podría interpretarse como una burla o una gracia, al igual que si empleásemos las expresiones y encabezamientos “señorita” y “caballero” para referirnos a unos amigos íntimos o familiares. Curiosamente, en apenas dos décadas, la voz japonesa otaku experimentó una radical evolución desde su significado arcaico original, hasta el matiz

<sup>54</sup> ENG, Lawrence. *The Politics of Otaku (AKA: There's nothing wrong with being an otaku!)*.

<sup>55</sup> GRASSMUCK, Volker. *I'm alone, but not lonely. Japanese Otaku-Kids colonize the Realm of Information and Media. A Tale of Sex and Crime from a faraway Place.*



peyorativo que atesora en la actualidad, utilizado para definir a una persona profundamente obsesionada con algo. “*Otaku es alguien que no sabe cómo vestirse ni comportarse en sociedad y no le interesa nada más que el objeto de su obsesión. Su obsesión puede ser el manga u otra cosa*”<sup>56</sup>.

El objeto de dicha obsesión puede ser, además, de muy diversa índole, y si bien en muchos casos se trata del manga o el anime, la tecnología y la informática, puede abarcar infinidad de temas muy dispares (fig.13). A menudo los otaku poseen enormes conocimientos sobre un área determinada, o son tremendamente habilidosos en alguna disciplina. Ser los primeros en la materia de su devoción también forma parte de ese carácter obsesivo. La inmensa mayoría de los investigadores coinciden en reconocer la obstinación del otaku como una de las principa-

les características que lo define. “El otaku es un ser tímido y asocial que persigue obsesivamente una única esfera de interés, con el objetivo de dominar este campo en su totalidad, y cuya consecución exige, a menudo, la ocultación de todo lo demás”<sup>57</sup>.

El otaku es, ante todo, un fetichista de la información. Para muchos sociólogos, la metodología de compilación de información de los otaku, de forma obsesiva pero particularmente inconexa, es un reflejo de los patrones educativos de la sociedad japonesa de las últimas décadas. Los niños japoneses son instruidos desde muy pequeños en la importancia del éxito social, y para ello se les exige con dureza un gran esfuerzo durante la etapa escolar y estudiantil, encaminándolos hacia la consecución de los grandes objetivos comunes: sacar buenas notas que garanticen poder entrar en una buena universidad y, a su

13\_ Géneros explorados por los círculos asistentes al Comiket.

<sup>56</sup> CAREY, Peter. Op. cit. p. 127.

<sup>57</sup> GRASSMUCK, Volker. *Man, Nation & Machine. The Otaku Answer to Pressing Problems of the Media Society*.

vez, que posibilite acceder a un buen empleo en una gran empresa de prestigio. Para estos estudiosos, dicha metodología ha evolucionado de tal forma que lo importante es la consecución de objetivos y la resolución de los exámenes tipo test a los que se someten, sin importar la adquisición de conocimientos útiles. Esos niños crecen adquiriendo visiones segadas, o residuos de respuestas que son incapaces de unificar como un todo. Carecen por completo de un conocimiento global del mundo. En cierto modo, el deseo de acumular datos - casi siempre inútiles o de residual relevancia para la vida cotidiana - es un reflejo de ese fetichismo por la búsqueda de respuestas a cualquier precio.

“Otaku son las generaciones de chavales criados para memorizar volúmenes de información descontextualizada con el objeto de superar los exámenes de acceso a la universidad. En algún momento se produjo un problema técnico y ahora se han quedado atascados en el modo información, acaparando e intercambiando datos sobre las obsesiones, aparentemente inútiles, de los otaku. (...) Son yonquis de la información, ineptos desde el punto de vista social que rara vez salen de casa y prefieren relacionarse con el mundo a través de bancos de datos, módems y faxes”<sup>58</sup>. Esta visión del otaku nipón privilegia un estándar muy negativo frente a la realidad cotidiana del fan tradicional de occidente quien, no

obstante, se ve englobado con frecuencia dentro de este estereotipo. En Europa y Estados Unidos la profesión de este tipo de hobbies fomenta a menudo el espíritu grupal, casi reivindicativo, como colectividad, alejado por completo del retrato del coleccionista hermético que nos llega desde Japón. En los países occidentales, el otaku, como cualquier aficionado, busca reafirmarse en el grupo, de ahí las convenciones, reuniones de disfraces cosplay, foros de debate y fansub, que ofrecen una imagen mucho más desinhibida y dicharachera que la del “nerd” solitario enfrascado en su burbuja virtual.

*“Al margen de las consideraciones sensacionalistas de los medios de comunicación, otaku ha pasado de ser únicamente el término empleado por los fans obsesivos para llamarse unos a otros a un concepto general acerca de cómo un particular usa la información para sus propios fines. William Gibson llama a los otaku ‘obsesos apasionados’. Volker Grassmuck los describe como ‘idólatras de la información’. Personalmente, prefiero mi propia definición: ‘cyborgs auto-definidos’. En el sentido más básico, un otaku es una persona con gran dedicación a algo, y usa información sacada de cualquier parte para profundizar en su comprensión del objeto de su interés, por diversión o incluso para sacar beneficio de ello. En un mundo donde la profunda curiosidad intelectual es considerada rara y a menudo no*

<sup>58</sup> [BLUM, Timothy y KESSLER, John] en CAREY, Peter. Op. cit p. 79

*rentable, el estilo de vida otaku tiene muchas cosas diferentes que ofrecer*<sup>59</sup>.

Antes de que se generalizase el uso del término otaku, tanto dentro de Japón como en los países extranjeros, existían otras palabras para referirse a los aficionados al manga y el anime, o a los coleccionistas y consumidores de merchandising. A parte de los simples fans, gente interesada a un nivel superficial en el manga y el anime, existían los *mi-ha*, los fans más acérrimos, y los *mania*, los coleccionistas. “Este tipo de personas eran conocidas con multitud de apelativos diferentes como maníacos, fans entusiasmados o *nekura* (en japonés), pero ninguno de estos términos acertaba a definirlos con precisión”<sup>60</sup>.

Inicialmente, la voz japonesa *mi-ha* servía para denominar a aquellos individuos obsesionados con figuras famosas - como cantantes y actores - o con personajes atractivos y adorables del manga. En cierto modo, encarnaban un arquetipo de personalidad infantil y frívola, obsesionados con personas célebres, hasta el punto de constituir el eje central de sus vidas. El *mi-ha* perseguía a sus ídolos y atesoraba cada pequeño objeto o dato de información referente a los mismos, por insignificante o nimio que este pudiera parecer. El *mania*, por el contrario, definía al coleccionista, que aunque manifestaba un gran interés por un tema determinado, no lo llevaba al límite de constituir una obsesión. “Finalmente, los *mi-ha*

se convirtieron en los principales fans, el público visceral. Eso es lo que hoy en día se denomina otaku en Japón: aquellos aficionados obsesivos adictos a sus personajes favoritos. Desde ahí surgió el *cosplay* y, probablemente, la orientación sexual más marcada de los colectivos de fans más amplios”<sup>61</sup>. La diferencia existente entre los *mi-ha* y los mania ilustra a la perfección la distancia que hay entre el significado que posee el término otaku en Japón, y la acepción que se le ha venido dando desde occidente en los últimos años. Mientras que el otaku nipón se identificaría con el individuo asocial y obsesivo que ejemplifica el *mi-ha*, los coleccionistas o mania responderían de un modo más acertado a la visión que se tiene de los otaku en occidente. En Europa y Estados Unidos el término otaku se emplea, de un modo mucho más amplio, como sinónimo indisoluble de aficionado de manga y anime japoneses.

“La información es el combustible que alimenta los adorados canales de difusión otaku - servidores informáticos, modems o faxes. Para el otaku lo único que importa es la exactitud de la respuesta, no su relevancia. (...) Por supuesto que necesita saber los datos obvios como su signo del zodiaco, grupo sanguíneo, comida favorita o la profesión de su padre. Pero profundizará mucho más en busca de rumores y conjeturas más arcanos y perversos, como su talla de sujetador, las enfermedades que padeció en

<sup>59</sup> ENG, Lawrence. *The Politics of Otaku (AKA: There's nothing wrong with being an otaku!)*.

<sup>60</sup> MACIAS, Patrick y MACHIYAMA, Tomohiro. *Cruising the Anime City. An Otaku Guide to Neo Tokyo*. p. 13.

<sup>61</sup> KELTS, Roland. Op. cit p.156.

su infancia, o qué asistente de ingeniero de sonido habrían contratado para tal o cual single si hubiese estado disponible”<sup>62</sup>.

La adopción del término otaku por parte de las comunidades de aficionados occidentales no entraña, no obstante, una interiorización de las motivaciones originales de este tipo de individuos. En realidad, en Europa y Estados Unidos el vocablo otaku ha sido desposeído de sus atributos constitutivos, separándose por completo de sus raíces japonesas. Si bien recuerda por su origen y sonoridad a Japón, tanto por su uso actual como por su mayor cercanía a este tipo de actividades, la voz otaku está más próxima a la imagen de aquellos aficionados que en la década de 1970 adoraban Star Trek o Star Wars, celebrando convenciones, coleccionando todo tipo de adminículos relacionados con la serie y vistiéndose y reuniéndose como los personajes originales. De un modo similar, otaku se aplica al contexto del manganime, pero reproduciendo las fórmulas y comportamientos de aquellos aficionados, que ya se organizaban con anterioridad a la generalización del término otaku y mucho antes de su adulterada adopción por parte de occidente. “Coleccionista es el significado más pertinente en la realidad estadounidense actual, aun cuando no se les denomine *mania*. Como sucede con la inmensa mayoría de las palabras extranjeras adoptadas por cualquier cultura, el término otaku, en su significación actual,

es en muchos aspectos una invención occidental. Los japoneses aún tienen una respuesta más compleja ante los matices del término otaku, mientras que occidente lo ha adoptado de un modo mucho más agresivo, con un uso mucho más amplio de su significado”<sup>63</sup>.

No obstante, la acepción actual dista mucho del tratamiento respetuoso original. En Japón, su significado, que en occidente se traduce como aficionado o entusiasta, está más próximo al término discriminatorio del inglés *nerd* (traducido al castellano como empollón) o al modismo *friki* (*freaky*): gente con una gran dependencia respecto a su obsesión, hasta el punto de romper las conexiones con los individuos de su entorno y encerrarse herméticamente en su singular universo personal. Las opiniones de algunos críticos, analistas y sociólogos se enfrentan en este punto; para unos, la naturaleza devota y entregada de los otaku motivaría el que fuesen buenos amigos y compañeros leales. Para una gran mayoría, no obstante “los abstractos objetos de su devoción los mantienen permanentemente distraídos, incapaces de centrarse en cualquier otro ser humano”<sup>64</sup>.

A pesar de que existen elementos comunes, el término otaku, en su sentido más radical, dista mucho de la imagen habitualmente atribuida, tanto dentro como fuera de los Estados Unidos, al *nerd*. El término *nerd* suele traducirse literalmente como

<sup>62</sup> GREENFELD, Karl Taro. Op. cit

<sup>64</sup> KELTS, Roland. Op. cit p.159.

empollón, pero su significado está más próximo al de “gillí”. “Un *nerd* sería el chico que repararía sus gafas rotas con cinta adhesiva, interesado en la ciencia, con una colección de bolígrafos en el bolsillo de su camisa, con una mancha azul porque uno de los bolígrafos siempre se rompería y, por supuesto, no tendría amigos”<sup>65</sup>.

La ausencia de un término en lengua castellana que recoja con precisión todos estos atributos dificulta la traducción literal de la palabra *otaku*, a medio camino entre el cándido empollón y el chico solitario de aficiones extravagantes. En ese sentido, la voz inglesa *nerd* - al margen de los condicionantes culturales propios de las sociedades americana y japonesa - aglutina muchas de las características que se identifican con el *otaku*. “Al principio el término *otaku* se empleaba con connotaciones muy negativas para referirse a alguien con mal aspecto, sin novia, que coleccionaba cosas estúpidas y que parecía estar al margen del mundo. (...) *Otaku* es, ante todo, alguien interesado en algo inútil. (...) Son fácilmente reconocibles, porque no se preocupan en absoluto por lo que visten. Hablan de un modo diferente, y miran al suelo cuando mantienen una conversación cara a cara. No les gusta el ejercicio físico, y están regordetes o flacos, pero no atléticos, ni bronceados. No les preocupa tener una buena comida, porque piensan que pueden gastar su dinero en cosas más importantes”<sup>66</sup>.

No obstante, el propio término *nerd* o *geek* ha superado muchos de los estereotipos negativos que arrastraba en las últimas décadas. El éxito alcanzado por algunas personas anteriormente consideradas *nerds*, especialmente en el campo de la informática, Internet y las industrias adyacentes, ha posibilitado esta distinción. Aun así, muchos de los clichés negativos achacados tradicionalmente al manga y el anime todavía se utilizan como argumento arrojado por parte de algunos sectores de la prensa u otros medios especialmente críticos con estas manifestaciones japonesas. Del mismo modo, el uso de la voz japonesa *otaku* en los países occidentales - entendido como un término multiuso que describe de un modo genérico e impreciso a todo tipo de aficionados al manga - ha contribuido a dulcificar, en los últimos años, la connotación peyorativa que acarrearaba en Japón.

En la década de 1980, Japón se hallaba inmerso en un período de intenso desarrollo industrial y comercial, y la aparente bonanza generada por la burbuja económica se trasladaba a todos los sectores de la sociedad. Si bien el término *otaku* ya se empleaba en algunos círculos de aficionados, y en el marco de determinadas convenciones y ferias de manga y anime, la mayoría del público japonés no estaba al tanto de esta nueva terminología y desconocía su uso para aludir a este colectivo de aficionados. Como se expu-

<sup>65</sup> GRASSMUCK, Volker. *I'm alone, but not lonely. Japanese Otaku-Kids colonize the Realm of Information and Media. A Tale of Sex and Crime from a faraway Place*.

<sup>66</sup> TSUZUKI, Kyoichi; en: *Ibid.*

so con anterioridad, su uso se generalizó entre la inmensa mayoría de la sociedad japonesa a raíz de la publicación los artículos del periodista Akio Nakamori (“La investigación Otaku”, 1983), aun cuando éstos privilegiaban una imagen muy negativa del colectivo otaku.

Algunos fanáticos del manga y el anime empezaron a auto-proclamarse como otaku, poco después de las demoledoras acusaciones de Nakamori, para reivindicar con orgullo su actitud y afición, al tiempo que introducían un matiz paródico y humorístico, burlándose de si mismos.

Pero diferentes acontecimientos acaecidos en los años siguientes transformaron por completo el significado de la palabra otaku en Japón, dotándola de la carga negativa y marginal que, en gran medida, aun conserva en la actualidad.

Entre 1988 y 1989, un hombre llamado Tsutomu Miyazaki secuestró y asesinó a cuatro niñas pequeñas de entre cuatro y siete años de edad. Afectado por una deformidad en sus brazos desde su nacimiento, comenzó a aislarse del resto del mundo desde la etapa escolar, al tiempo que aumentaba su obsesivo interés por la lectura de manga y el visionado de películas anime japonesas. Al poco tiempo de su arresto y durante el registro de su domicilio, la policía halló una inmensa cantidad de material de temática manga almacenado y más de cinco mil videocintas de

películas anime, muchas de las cuales eran de contenido gore, snuff y altamente violento y pornográfico. Debido a este hecho, Tsutomu Miyazaki, llamado inicialmente el Monstruo de Saitama, en relación a la Prefectura Japonesa donde sucedieron los hechos, pasó a ser conocido desde entonces con el sobrenombre de “El Asesino Otaku”. Esquizofrénico y afectado de personalidad múltiple, fue ejecutado, atendiendo a la legislación nipona, en junio del año 2008.

La terrible brutalidad de los asesinatos y la enorme conmoción que causó en la sociedad japonesa ocasionó que “*desde entonces la palabra otaku se asociase con sociópatas y asesinos en serie*”<sup>67</sup>. Así pues, en los meses que siguieron a la captura del asesino Tsutomu Miyazaki, surgió en Japón una fuerte reacción de pánico social en contra del manga y el anime en general, con numerosas asociaciones exigiendo la intervención gubernamental para regular la actividad y difusión de ambos medios, y protestas masivas contra todo lo que pudiese estar relacionando con el imaginario otaku. “Desde el incidente Miyazaki, el uso mayoritario del término otaku ha sido fundamentalmente despectivo, con una fuerte connotación de miedo y desprecio”<sup>68</sup>.

Quizás lo más terrorífico del caso de Tsutomu Miyazaki, que la prensa internacional calificó de radicalmente anti-japonés dados los bajos índices de criminalidad habituales en Japón,

<sup>67</sup> CAREY, Peter. Op. cit p. 78

<sup>68</sup> ENG, Lawrence. *The Politics of Otaku (AKA: There's nothing wrong with being an otaku!)*.

es que ponía de manifiesto una creciente realidad de la sociedad nipona: la existencia de individuos con una disociación clara en dos personalidades, que alternan una faceta aparentemente normal y socialmente aceptable con su rol como terribles asesinos. Miyazaki era el exponente más radical de esa realidad; durante unas horas era un individuo productivo de la sociedad, como trabajador en una pequeña tienda local de fotografía e impresión, pero el resto del tiempo se encerraba en su domicilio fantaseando con las más de cinco mil cintas de anime gore y pornografía. “Guerra y sexo, fantasías de asesinatos en masa y violaciones sadomasoquistas aparecen con regularidad en estos medios. Y en ocasiones uno de estos otaku encuentra difícil discriminar entre un mundo donde nadie muere porque todos empiezan siendo un fantasma, y otro mundo donde los niños pequeños, si se les tortura, mueren”<sup>69</sup>.

A medida que avanzó el juicio se descubrió que muchos de los informes que vinculaban los asesinatos con el manga habían sido exagerados deliberadamente por la prensa, que en los años siguientes abandonó el seudónimo de “Asesino Otaku” por el sobrenombre de “El monstruo de Saitama” antes referido, o “El Asesino de niñas”. Si bien los aficionados del manga y el anime japoneses han recuperado parte de la buena imagen y credibilidad a lo largo de las últimas dos décadas, el terrible episodio de

los asesinatos de Saitama pasó a formar parte inseparable de la historia del manga.

A raíz de los asesinatos cometidos por Tsutomu Miyazaki, “algunos otaku empezaron a despreciar a su propia gente. Los otaku más radicales que jamás llevarían una vida normal fueron etiquetados como itai (dolor), y otros compañeros otaku los repudiaron. Los otaku del anime estaban avergonzados de que se les identificase con dicho término, y dejaron de emplearlo para saludarse entre ellos”<sup>70</sup>.

Esta perniciosa significación, que trasciende más allá del término otaku, no es extensible al aficionado occidental, donde el vocablo prescinde de toda connotación peyorativa para referirse, exclusivamente, al aficionado al manga. No obstante, al emplear el término otaku dentro de un contexto cultural japonés es imperativo conocer las complicadas imbricaciones que subyacen bajo su significado en apariencia más superficial.

Las connotaciones del término, así como la percepción general que se tiene de los aficionados del manganime, se han dulcificado en la última década. A parte del creciente uso del vocablo otaku en occidente, despojado de los matices negativos que se le atribuían en Japón, una franquicia de éxito titulada *Densha Otoko* (*El hombre del tren*; fig.14), inspirada en una historia real y protagonizada por un joven otaku, contribuyó a trans-

# 電車男

A True Love Story



14

16



<sup>69</sup> GRASSMUCK, Volker. *I'm alone, but not lonely. Japanese Otaku-Kids colonize the Realm of Information and Media. A Tale of Sex and Crime from a faraway Place.*

<sup>70</sup> MACIAS, Patrick y MACHIYAMA, Tomohiro. Op. cit p. 15.



15 Hidenori Hara, "Densha Otoko, Net hatsu, kakuekiteisha no love story" (2005).

formar la apreciación de este colectivo en el seno de la sociedad nipona. En ocasiones, un manga de éxito puede surgir como adaptación de una novela o de un historia real. En el año 2005, a raíz del éxito literario de la novela *Densha Otoko*, se publicaron numerosos manga homónimos (fig.15) por tres editoriales diferentes, así como una película de imagen real, una serie de televisión (fig.16), producciones anime y un film pornográfico, todos ellos inspirados en el suceso real en el que se ambienta la novela. Esta narra la historia de amor que surge entre un joven otaku aficionado al manga y el anime, del barrio de Akihabara, que sale en defensa de una chica que está siendo insultada y agredida por un borracho en un tren de cercanías de Tokyo. El joven recibe días más tarde un regalo de agradecimiento de la chica, un lujoso juego de té de la marca Hermes, a raíz de lo cual comienza con ella una relación

de noviazgo, y cuyo desarrollo va narrando en un famoso chat de internet (2ch.net), pidiendo ayuda, consejo y apoyo a los demás internautas en su intento por confesarle su amor (fig.17).

"En un comentario que formaba parte de parte de un foro mucho más amplio sobre videojuegos, en un espacio para 'Doku Otoko', cuyo título es un juego de palabras para hombres solteros (Doku) y que se consideran a sí mismos tan atractivos como el veneno (también pronunciado «Doku»), 'El chico del tren'<sup>71</sup>, que nunca habían tenido una novia, pidió consejo sobre cómo invitar a la chica, apodada cariñosamente Hermes, a una cita"<sup>72</sup>.

En los últimos años la cultura otaku ha empezado a tener una mayor presencia en la sociedad y el mercado japonés, en parte gracias al reconocimiento alcanzado por algunas personas autodenominadas otaku, y por



17

<sup>71</sup> Densha Otoko significa literalmente El hombre del Tren.

<sup>72</sup> FREEDMAN, Alisa. "Train Man and the Gender Politics of Japanese 'Otaku' Culture: The Rise of New Media, Nerd Heroes and Consumer Communities". *Intersections: Gender and Sexuality in Asia and the Pacific*.

publicaciones y grandes éxitos de manga y televisión como la referida franquicia millonaria *Densha Otoko* (2005). Este hecho propició que algunos títulos extranjeros se comercializaran en Japón asociados a la cultura otaku, como la película estadounidense *Napoleon Dynamite*, distribuida en Japón bajo el título *Bus Otoko*, en clara referencia al hit del 2005, y que trata de identificar a Napoleon, un “gilí” norteamericano, con la figura japonesa del otaku (fig.18). “*Densha Otoko* alimentó la fascinación por la minoría social otaku entre la audiencia doméstica mayoritaria, aun cuando esta ya formaba parte del ‘atractivo nacional’ de la imagen internacional de Japón. (...) Más aun, el fenómeno de *Densha Otoko* tuvo lugar en una época en la que la cultura friki, especialmente la relacionada con la informática, se estaba popularizando en todo el mundo, tal como se pone de manifiesto en programas de televisión estadounidenses como *Héroes*, protagonizado por el japonés Hiro Nakamura, que a veces habla en japonés. La palabra otaku se incluyó en el año 2007 en el Oxford English Dictionary”<sup>73</sup>.

El narrador de la historia se autoproclamaba como un otaku. Al margen del trasfondo romántico en torno a un amor aparentemente imposible, su éxito también radica en dos factores adicionales; por una parte, al retomar la figura del otaku, contradictoria y polémica en el seno de la sociedad japonesa, y al mismo tiempo por hacer hincapié

en la problemática de abusos y tocamientos sexuales que padecen algunas jóvenes en los abarrotados vagones de los trenes y metro, y cuya denuncia pública choca en ocasiones con la obligada compostura impuesta por la férrea cultura nipona. “Independientemente de la veracidad de la historia, se convirtió en un éxito nacional y comercial. (...) El hombre del tren resucitó la imagen del otaku”<sup>74</sup>.

Lo más significativo e interesante de la propuesta literaria de *Densha Otoko* estriba tanto en la proclamación reivindicativa del protagonista masculino como un otaku, como en el formato elegido para la materialización de la historia y la ausencia de autoría definida. Inspirada en hechos reales, *Densha Otoko* no deja de ser una singular y - en gran medida - estereotipada fábula de amor, un romance en apariencia imposible entre un joven otaku, aficionado al manga y el anime, coleccionista de juguetes y merchandising de sus series favoritas (fig.19), y una chica atractiva, de clase burguesa y gran éxito profesional. La historia tomó forma por primera vez como una compilación de innumerables comentarios y breves entradas de los visitantes e interlocutores habituales en un conocido chat japonés de internet, denominado 2-Channel. Entre los meses de marzo y mayo del año 2004, *Densha Otoko* se escribió de forma colectiva y anónima. La autoría no se puede atribuir a un individuo concreto, dado que la mayoría de personas que apor-

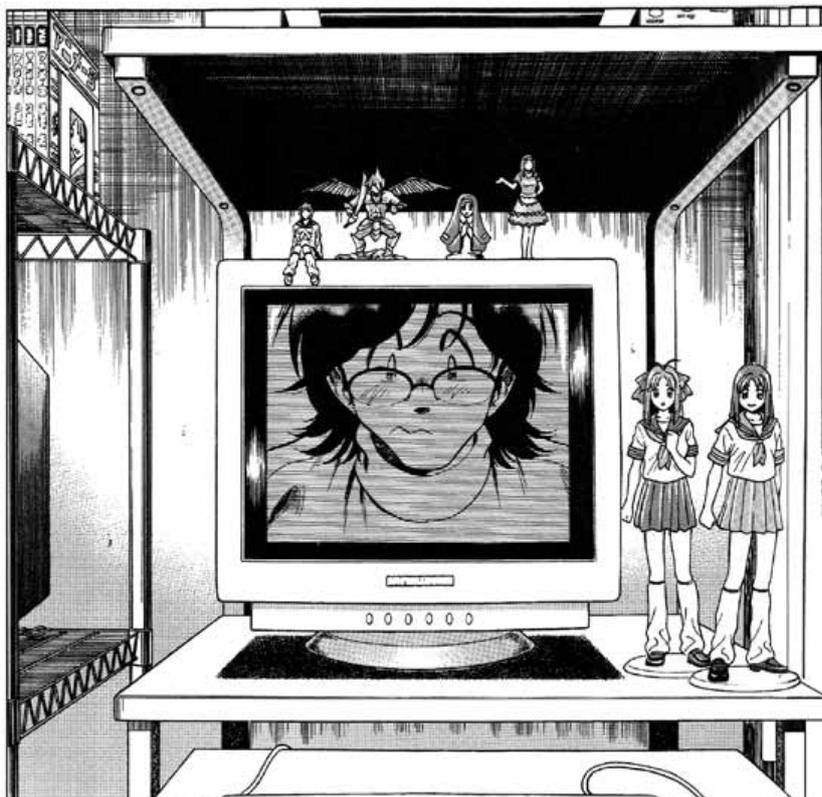
18



<sup>73</sup> Ibid.

<sup>74</sup> KELTS, Roland. Op. cit p.159.

<sup>75</sup> FREEDMAN, Alisa. Op. cit



19 taron algo a la historia a través de sus post lo hicieron bajo diferentes seudónimos, como suele ser habitual en este tipo de coloquios virtuales. *Densha Otoko* se centra en las dudas que asaltan al joven protagonista, y en los pasos que debe dar la pareja para consolidar su amor, así como en los numerosos comentarios de ánimo y apoyo dejados por los visitantes y miembros del foro. “La popularidad de *Densha Otoko* se debe en parte a sus pretensiones de realismo, y a su promoción como una ‘verdadera historia de amor’ para la generación de Internet”<sup>75</sup>.

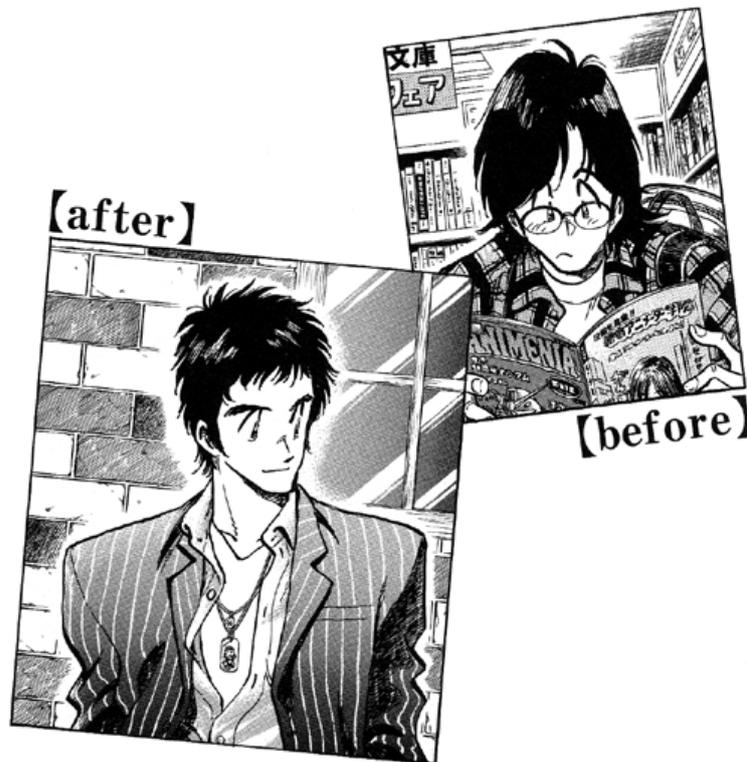
Al margen de la verosimilitud del relato, es evidente que la historia de *Densha Otoko* tuvo lugar

en un momento muy propicio, no sólo por las implicaciones económicas y su favorable impacto en la Industria Editorial y el mercado televisivo, sino por la situación social del país. *Densha Otoko* no sólo vino a articular una nueva relación entre la gran mayoría de la sociedad japonesa - de planteamientos y costumbres más conservadoras - y los jóvenes otaku de esta nueva subcultura urbana, sino también a promocionar la vuelta a los antiguos valores basados en la familia, en una época de confusión y grandes transformaciones sociales. En el momento de mayor auge del fenómeno *Densha Otoko* (2005), el por entonces Primer Ministro japonés Junichiro Koizumi anunciaba

que el bajo índice de natalidad en Japón constituía un problema de primera magnitud. Amparado por los datos relativos a la tasa de natalidad, los más bajos de la historia moderna del país y de los más bajos en todo el mundo, Koizumi hacía hincapié en el futuro desequilibrio social del país y la imposibilidad que ello supondría para mantener los estándares de bienestar. Mientras que el índice de crecimiento necesario para la renovación generacional de un país se sitúa en 2'1, Japón apenas alcanza una tasa del 1'25. Tras los años del baby-boom a finales de la década de 1960 y comienzos de los años setenta, la cifra de nacimientos había disminuido, pero aún así se situaba en un índice de dos puntos en el año 1975. Desde entonces el descenso había sido significativo y constante. El problema es doblemente duro si se tiene en cuenta que Japón tiene las cifras de esperanza de vida más altas del mundo. A pesar de los esfuerzos y campañas lanzadas desde el gobierno, el Ministerio de Salud calcula que la población japonesa podría haber disminuido en un treinta por ciento en menos de cincuenta años, y para entonces más del cuarenta por ciento de la población japonesa sería mayor de sesenta y cinco años, considerada oficialmente de la tercera edad.

El Gobierno japonés ha lanzado todo tipo de incentivos fiscales y contraprestaciones para las familias a fin de acrecentar el número de nacimientos de niños.

Pero la presión social es acuciante y no favorece en absoluto un clima apropiado para que ello se produzca. Por una parte, la sociedad japonesa todavía defiende muchos de los roles tradicionales para el hombre y la mujer, relegando a esta última al trabajo en casa y al cuidado de los hijos, y renunciando a su carrera profesional. Esta actitud, aun perenne en muchos de los padres - ahora abuelos - de la generación de posguerra choca frontalmente con las nuevas exigencias vitales y ambición laboral de las mujeres jóvenes, que comienzan a invertir los roles profesionales respecto a sus homólogos y partenaires masculinos. La inmersión total de la mujer en la vida empresarial ha retrasado mucho la edad media de los matrimonios, al tiempo que ha limitado enormemente la libertad de horarios de la jóvenes madres para poder dedicarse a la vida doméstica. El Gobierno y otros organismos están convencidos de que el retraso del matrimonio y el descenso en el número de nacimientos pueden invertirse concienciando a la sociedad de la necesidad de que hombres y mujeres compaginen más hábilmente el tiempo laboral con el doméstico, y favoreciendo la implicación de los varones en las actividades del hogar, sin que las mujeres tengan que renunciar a su carrera profesional o familiar por priorizar una de las dos cosas. En este contexto, la historia de *Densha Otoko* mostraba una historia de amor clásica, abocada a la consagración familiar y, por tanto, fiel a los



más radicales, que ven en la acaramelada historia romántica un modo velado de censurar su conducta, privilegiando otros comportamientos y actitudes socialmente considerados “normales” (fig.20).

431

Del mismo modo, para algunos de estos otaku, más ortodoxos y extremistas en sus planteamientos, muchos de los atributos presentes en el personaje de *Densha Otoko* responden en realidad a los roles y clichés asimilados e impuestos desde la propia sociedad japonesa. Para ellos, la renuncia del protagonista a su afición por el manga y el anime a cambio de lograr el amor de una chica y entablar una relación más convencional, es un intento por parte de la propia sociedad, a través de los medios de comunicación y de la industria editorial, por acercar a la juventud hacia los valores sociales tradicionales de Japón, que instan al matrimonio, a la búsqueda de un trabajo estable y a la formación de una familia. “El tipo de cultura otaku de la que hace gala el protagonista insta a la idea conservadora de que la felicidad individual es más fácil de lograr adaptándose a los cánones impuestos desde la corriente principal de la sociedad”<sup>76</sup>. Al renunciar a su identidad otaku para poder mantener una relación con la chica protagonista, se transmite el mensaje de que la asimilación de los roles clásicos es el único medio para integrarse plenamente en la sociedad japonesa. “*Densha Otoko* establece un punto de

20

cánones más tradicionales de la sociedad japonesa.

La publicación de *Densha Otoko* supuso un éxito editorial y televisivo sin precedentes, reflejado no sólo en las cifras de ventas alcanzadas, sino por el creciente interés y aproximación de determinados colectivos sociales, más conservadores, a la subcultura otaku, que de otro modo jamás se habrían interesado por el papel que estos jóvenes inadaptados, pero meticulosos perfeccionistas, desempeñan en la moderna sociedad japonesa. No obstante, también ha habido voces discordantes con el retrato o los ideales esgrimidos en esta publicación, tanto desde determinados colectivos muy críticos con todo lo que esta subcultura representa, como por los propios otaku y aficionados

inflexión respecto a la imagen del estoico hombre de negocios de clase media, una figura que representaba los ideales sociales japoneses en del siglo XX. Sin embargo, para convertirse definitivamente en este nuevo 'héroe otaku', era necesario que 'El hombre del tren' saliese fuera de su comunidad y demostrase que quería y podía ajustarse a las nociones de comportamiento masculino que han dominado el imaginario popular desde el período de posguerra. Por tanto, la construcción de la identidad del 'hombre de tren' está plagada de contradicciones"<sup>77</sup>.

Particularmente críticos con la historia de *Densha Otoko*, los otaku más reaccionarios argumentan que esta ofrece una imagen marginal y peyorativa de su colectivo respecto a los restantes miembros de la sociedad general, y que privilegia los estándares más conservadores y la conversión a los mismos como el único modo de alcanzar la felicidad y el amor. Del mismo modo critican que la narración se desarrolle en la dirección habitual y predecible, de acuerdo a los cánones del 'happy end' más mercantil, con la conversión del sapo - el otaku - en príncipe (fig.21). Para ellos, habría sido mucho más satisfactorio que 'El hombre del tren' transformase a Hermes en una otaku de Akihabara.

En los últimos años, a medida que el concepto de otaku se convertía en una nueva moda urbana y empezaba a asociar-



se con conductas, accesorios o prendas de ropa, han proliferado los ataques y agresiones a diferentes jóvenes de este colectivo, en especial en el barrio de Akihabara, la ciudad de la electrónica de Tokyo, y nueva Meca para los fanáticos del manga y el anime en Japón (fig.22-23). "Akihabara, el verdadero vientre de la bestia, a la entrada de un laberinto de seis plantas donde cada piso y rincón bullía con esas luces de neón que Tanizaki aborrecía"<sup>78</sup>. Desde siempre, Akihabara se ha considerado una visita obligada para cualquier turista que viaja a Tokyo por primera vez. Los enormes letreros que ofertan todo tipo de aparatos electrónicos y los rótulos luminosos de los grandes almacenes cohabitan con los pequeños tenderetes en los que se pueden encontrar piezas usadas y artículos de segunda mano. No obstante, en

<sup>77</sup> FREEDMAN, Alisa. Op. cit

<sup>78</sup> CAREY, Peter. Op. cit p. 72.



22



23 los últimos años, Akihabara ha adquirido una nueva relevancia de cara al turismo como centro neurálgico de la moderna iconografía pop. Los visitantes acuden al barrio de la electrónica buscando no sólo los últimos gadgets del mercado al mejor precio, sino los gigantescos establecimientos de merchandising, tiendas de cómic manga, comercios de películas de anime y maid-café que han colonizado el barrio en la última década. Los grandes almacenes de productos de manga y anime compiten

con carteles luminosos con los antiguos comercios de informática por atraer a un moderno turista interesado en la cultura pop japonesa. Con sus luces de colores y las pantallas de grandes dimensiones, las largas filas para entrar en los establecimientos de pornografía o las lolitas repartiendo publicidad de los locales de ocio y cafeterías, Akihabara se ha convertido en una parada imprescindible para el viajero que llega a Japón (fig.24-25). “La sensación que se tiene al salir de la estación de tren de Akihabara es como el paso entre el monótono blanco y negro y la explosión en Technicolor de El Mago de Oz”<sup>79</sup>.

En opinión del sociólogo<sup>80</sup> Lawrence Eng, el término otaku empezó a conocerse entre el público y los aficionados occidentales del manga y el anime a raíz del lanzamiento en Estados Unidos de la película *Otaku no Video* en el año 1992 (fig.26). Aunque se comercializó originalmente en Japón apenas un año antes, la historia se desarrolla temporalmente a comienzos de la década de 1980, cuando se generalizó el uso del término otaku para referirse a los fanáticos del manga y el anime. *Otaku no Video* retrata la vida y la cultura otaku junto con los orígenes del estudio de animación Gainax, con un estilo documental que entremezcla animación e imagen real. La película se lanzó al mercado años después del incidente del asesino Tsutomu Miyazaki. En contra de la imagen general arraigada entre la ma-

<sup>79</sup> MACIAS, Patrick y MACHIYAMA, Tomohiro. Op. cit p. 80.

<sup>80</sup> ENG, Lawrence. *The Politics of Otaku (AKA: There's nothing wrong with being an otaku!)*.

yoría de la opinión pública, que identificaba el término otaku con los adjetivos obseso y criminal, la obra de Gainax ofrecía una imagen desenfadada del día a día de los otaku (muchos de los cuales se inspiraban en miembros del equipo de animación), desde una perspectiva cómica y autoparódica, alejada de los clichés más negativos imputados por los medios de comunicación, y con un carácter parcialmente reivindicativo. Entre los responsables de este proyecto audiovisual se encontraba Toshio Okada, cofundador del estudio de animación Gainax y un gran estudioso y defensor de la cultura otaku. En la década de 1990 Okada abandonó Gainax para participar en diferentes proyectos para la defensa y promoción de la cultura otaku, entre los que se encuentran la publicación de varios libros que versan sobre este tema, o las conferencias celebradas en la Universidad de Tokyo acerca de la importancia sociológica de este colectivo en Japón. En él se inspiraba el personaje de Tanaka, amigo del protagonista, en la película *Otaku no Video*. El personaje principal, Kubo, se definía a sí mismo en tono paródico durante el transcurso de la cinta como el Otaking (Rey de los otaku), motivo por el cual se empezó a conocer entre los aficionados a Toshio Okada bajo esa misma denominación, a pesar de que el papel protagonista se inspiraba en otra persona.

En la actualidad, Toshio Okada es Profesor de la Universidad de



24



25

Tokyo y uno de los mayores expertos y defensores de la cultura otaku, como pone de manifiesto tanto en sus clases universitarias como a través de diferentes publicaciones impresas. Algunos otaku más radicales y ortodoxos, niegan la existencia de un movimiento otaku per se, y por tanto cualquier reivindicación como colectivo. Frente a este parecer, Okada defiende el carácter grupal e identitario de la comunidad otaku, hasta el extremo de acuñar el término otakismo, para referirse a esta subcultura

<sup>81</sup> GRASSMUCK, Volker. *Man, Nation & Machine. The Otaku Answer to Pressing Problems of the Media Society.*

<sup>82</sup> Ibid.

genuina. A menudo atribuye al otaku un papel muy importante en el desarrollo moderno de la sociedad de información, no sólo dentro del marco estrictamente japonés sino, de un modo más amplio, a nivel internacional. Una de las apuestas más significativas de Okada es su intento por vincular la subcultura underground de los otaku - cuyas raíces ahondan en el imaginaria urbano y la cultura popular - y la alta cultura, a través de un doble discurso. Por una parte, asociando los orígenes del concepto otaku, así como su desarrollo e implantación social a un marco universitario, a través de la saga *Macross* y los clubes de ciencia-ficción. Por otra, por la capacidad analítica e importante papel que desempeñan en las tecnologías de la comunicación contemporáneas estos aficionados, así como por su singular acercamiento a los elementos objeto de su obsesión, que si bien son propios de la cultura pop japonesa, emplean estrategias de aproximación más propias de un entorno académico. “El otaku, en primer lugar, alude a los niveles sintácticos. Su juicio se basa en un conocimiento extenso de un género particular, que le permita descodificar las citas, comprender las referencias y apreciar los matices”<sup>81</sup>.

26



“Mediante la elaboración de un esquema histórico que es en sí mismo como un cómic, Okada presenta la cultura otaku como el legítimo heredero de la tradición cultural japonesa, como una continuación de la tradición

popular del siglo XIX, a través de la cultura infantil y más allá de la misma, y superando los abismos dejados por las bombas nucleares”<sup>82</sup>.

La tesis defendida por Okada gana adeptos dentro y fuera de Japón, especialmente entre algunos sociólogos e investigadores ligados a un entorno académico. Tras años de ignominia, la cultura otaku se desprende de los odiosos estigmas que acarrea desde los asesinatos de Saitama, y se empieza a aceptar no sólo como algo natural, sino también beneficioso para la sociedad y la economía japonesa. No obstante, esta evolución no satisface a todo el mundo. Algunas personas autodenominadas otaku, como la mangaka Mimei Sakamoto, rechazan esta nueva aproximación al término, alegando que responde a cuestiones de moda asociadas a la cultura pop japonesa, y que no representa el verdadero espíritu otaku. La multiplicación de jóvenes nipones paseando por el corazón de Akihabara, vestidos con atuendos estrafalarios y llamativos, refleja la progresiva aceptación del término y buena parte de los comportamientos asociados a la subcultura otaku, pero contradice muchos de los preceptos que los fanáticos del núcleo más duro consideran inamovibles. “Un verdadero Otaku jamás saldría al mundo exterior porque si lo hiciese, en cualquier caso, no cree que nada bueno le pudiese ocurrir. Todos creen que el mundo está ahí fuera para atraparlos. (...) Los auténticos

otaku deberían volver atrás y encerrarse de nuevo al margen del mundo entero. El verdadero valor de ser un auténtico otaku radica en la creencia de que nadie te entiende”<sup>83</sup>.

En contra de la visión que propugna Okada, algunos investigadores niegan cualquier aspiración de colectividad. Para estos, el otaku es un ser egoísta que atesora información, pequeños retazos de realidad, conectado a un entorno de semejantes sin vínculos reales de amistad. “Desde el interior de sus múnadas, el otaku se comunica, de hecho, con espíritus afines. Sin embargo, según el investigador de la cultura pop Kyoichi Yamazaki, este sistema de comunicación sería mejor descrito como una red que como una comunidad”<sup>84</sup>. De acuerdo a este planteamiento, los otaku aprovechan las facilidades que posibilita Internet y los modernos sistemas de comunicación, y permanecen abiertos a los canales de información, interconectados entre sí, pero sin sentimiento alguno de pertenencia a un grupo.

La propia Sakamoto enfatiza sobre uno de los aspectos más negativos del estereotipo otaku que se está afianzando en los últimos años y que, a su modo de ver, poco o nada tiene que ver con el significado original del término y los aficionados que antiguamente recibían dicho calificativo. En su opinión, muchos de estos otaku son fanáticos coleccionistas de pornografía u obsesos de otras actitudes fetichis-

tas. Para Sakamoto, esta nueva oleada de otaku enmascara en realidad a un nuevo colectivo interesado en el multimillonario mercado *moe*, entendido este término como fetiche o interés por un objeto o una característica determinada.

El término *moe* denota el placer o gusto que experimenta el otaku en presencia del objeto de su devoción. La evolución de estos gustos hacia subgéneros como el lolicon y otras publicaciones que, en ocasiones, rozan los contenidos pedófilos, radicalizan la problemática en torno a estas personas. “Este fetichismo llamado *moe* tan sólo es una atracción pedófila y perversa. No es algo de lo que uno debiera disfrutar o regodearse. En otros países llaman ‘pornografía infantil’ a aquello sobre lo que aquí fantasean estos individuos, y por tanto serían arrestados. Me avergüenza que estos otaku, que son criminales permanentes, hayan entrado en la corriente principal y hayan provocado un boom del fenómeno otaku”<sup>85</sup>. Y añade Sakamoto:

*“Todo el mundo va por ahí hablando sobre maid-cafes y otras cosas, contribuyendo a mejorar la imagen de estos autodenominados otaku. Pero la gente debe darse cuenta de que estos tipos son simplemente hombres incapaces de reconocer la realidad y de entablar una relación amorosa normal. No puedo dejar de llorar por el hecho de que estas personas hayan sido etiquetadas como otaku, y que ahora*

<sup>83</sup> SAKAMOTO, Mimei. En un extracto de la publicación japonesa Shukan Bunshun recogido por el autor Ryann Connell en la columna WaiWai de periódico Mainichi Daily News.

<sup>84</sup> GRASSMUCK, Volker. *Man, Nation & Machine. The Otaku Answer to Pressing Problems of the Media Society*.

<sup>85</sup> SAKAMOTO, Mimei. Op. cit.

<sup>86</sup> TAMAKI, Saitou. “Otaku Sexuality”; en: BOLTON, Christopher, Istvan Csicsery-Ronay Jr., y Takayuki Tatsumi (ed.). *Robot Ghosts and Wired Dreams*. p.230.

*estemos pasando por un boom de otaku”.*

*Mimei Sakamoto*

El psicólogo Tamaki Saitô<sup>86</sup>, experto en algunos colectivos con desordenes del comportamiento como los *hikikomori*<sup>87</sup> o los otaku más radicales, ubica el origen del término *moe* en una voz japonesa que literalmente significa gemación. Para otros autores, el origen del vocablo es un diminutivo del verbo *moeru*, que significa quemar, y vendría a significar efusivo o apasionado, en alusión al amor intenso pero casto del otaku hacia el objeto de su admiración. Por último, en opinión de algunos escritores e investigadores podría tratarse de un neologismo resultado del diminutivo del nombre de algunos personajes femeninos de anime clásico que respondían a las características asimiladas al concepto *moe*.

De un modo u otro, el otaku de tipo *moe* manifiesta un profundo afecto y atracción romántica por el objeto de deseo. En muchos casos, se trata de personajes de anime y manga que representan a chicas o niñas muy jóvenes, casi siempre hermosas y sensuales. Para algunos sociólogos y otaku, al igual que sucede con la mayor parte del manga de figuración pornográfica, este tipo de obsesiones constituyen una vía para canalizar esas pasiones que, de otro modo, podrían desembocar en actitudes criminales. La frontera moral sigue siendo muy difusa, pero a su modo de ver, se trata siempre de una

pasión romántica y casta, que no tiene posibilidades de consumación. “En su concepción original el término *moe* designaba algo puro, inocente y novedoso. (...) La virginidad es un aspecto esencial para el *moe*. Si se consuma el acto sexual se destruye la fantasía”<sup>88</sup>. Para el otaku *moe*, la distancia respecto al objeto deseado, la imposibilidad de consecución de ese apetito, es tan importante como el deseo en sí mismo, en tanto en cuanto actúa como intensificador. El otaku *moe* no busca la consecución de su pasión, sino perpetuar ese instante de enamoramiento, la sensación de placer que le produce la contemplación y la distancia respecto al objeto perseguido. “La emoción es de naturaleza erótica. Pero el sujeto jamás dará un paso en ese sentido. (...) La tensión entre la distancia y el anhelo es el elemento crítico”<sup>89</sup>.

La subcultura *moe* es uno de los aspectos más ambiguos y polémicos asociados a la figura del otaku, tanto dentro de Japón como a nivel internacional. El principal objeto de debate es el mismo que en lo concerniente a las imágenes eróticas del género *hentai*: si estas pueden considerarse pornográficas al tratarse de ilustraciones y no de representaciones o fotografías de imagen real (fig.27). El dilema en este caso es más acusado al tratarse de dibujos e historias que, con frecuencia, involucran a personajes menores de edad o, cuando menos, deliberadamente infantiles y añados, en

<sup>87</sup> Como se expondrá más adelante, el término hikikomori se emplea en Japón para referirse a algunos individuos, a menudo jóvenes e inadaptados, que viven aislados en una habitación de sus casas, comunicándose con el mundo exterior exclusivamente a través de ordenadores y dispositivos portátiles como teléfonos móviles y PDA.

<sup>88</sup> MACIAS, Patrick y MACHIYAMA, Tomohiro. Op. cit. p. 50.

<sup>89</sup> KELTS, Roland. Op. cit.

actitudes abiertamente sexuales. Para muchos autores, críticos y lectores extranjeros el debate no se centra tanto en si es o no legalmente aceptable, sino si es moralmente apropiado. Aunque muchos países occidentales no penan ni prohíben este tipo de obras, en tanto en cuanto son figuraciones ficticias y no dañan directamente a los niños (como sí sucede en la pornografía infantil), la cuestión acerca de si son tolerables desde un enfoque moral recae exclusivamente en el criterio individual de aquellos que optan por consumirlo. La problemática también adquiere dimensión internacional: a pesar del aumento de la moda *moe* entre los otaku japoneses, al igual que sucede con la mayoría de los crímenes sexuales en Japón, las cifras permanecen en unos niveles muy bajos en comparación con otros países occidentales, en especial con los Estados Unidos. Puede que en ello tenga mucho que ver la rigidez de la sociedad japonesa y la forma en la que legisla determinados comportamientos censurables. El problema estriba en que esta moda *moe* está proliferando junto a las publicaciones de manga y emisiones de anime en muchos países extranjeros, y no se sabe a ciencia cierta que incidencia podría tener en los crímenes y abusos cometidos contra menores.

A pesar de esta tara, en la actualidad, la sociedad japonesa se ha deshecho de muchos de los prejuicios asociados en la década de 1990 al término otaku



a causa de los asesinatos de Saitama y del las críticas vertidas por parte de algunos colectivos y medios de comunicación conservadores. Poco a poco los otaku comienzan a aceptarse con naturalidad como miembros de la sociedad japonesa, a pesar de su extrañeza y de su pasión obsesiva y absorbente. Su importancia dentro del conjunto de la economía nipona, ha contribuido a cambiar esa percepción popular. Actualmente los otaku actúan como productores, desarrolladores y consumidores de un mercado exclusivo que mueve millones de dólares anuales. “Desde el pánico otaku, han aparecido nuevos proble-

<sup>90</sup> ENG, Lawrence. *Lainspotting: The Evolution of the Otaku Concept*.

<sup>91</sup> GRASSMUCK, Volker. *Man, Nation & Machine. The Otaku Answer to Pressing Problems of the Media Society*.

mas sociales y nuevas subculturas que han puesto a la sociedad adulta japonesa realmente nerviosa, y los otaku han sido re-clasificados como ligeramente excéntricos, pero muy buenos para la economía”<sup>90</sup>.

Tal como se expuso con anterioridad, hace apenas unos años la comunidad otaku japonesa carecía de valor de representación social, en gran medida porque el concepto de “comunidad otaku” como tal resultaba extraño y erróneo. Partiendo de la afirmación de que el auténtico otaku (Mimei Sakamoto) vive para sí mismo y para el objeto de su obsesión al margen del mundo exterior, se niega la existencia de dicha colectividad. No obstante, la generalización del término otaku entre las agrupaciones de fans y aficionados occidentales del manga y el anime, y por ende de toda la cultura pop japonesa en general, contribuyó a desligar el término otaku de muchos de los matices y atribuciones semánticas originales del idioma japonés. Vacío de contenido, fue adoptado por los respectivos idiomas extranjeros, a un nivel de argot, como sinónimo de aficionado del manga, sin más consideraciones que las que pudiesen tener otro tipo de coleccionistas de series clásicas como *Star Trek*. La porosidad existente entre la cultura urbana japonesa y las influencias occidentales motivó que la sociedad nipona adoptase como propias algunas de las características definitorias del concepto otaku que el público extranjero considera

habituales y que sin embargo carecen de correspondencia tradicional en Japón, lo que devino en un considerable aumento de esa comunidad otaku, carente ahora del carácter marginal de décadas anteriores.

El hermetismo intrínseco a la condición del otaku todavía forma parte de su naturaleza cotidiana. No obstante, la gran especificidad de esta subcultura no la inhabilita para alcanzar una trascendencia universal. El Comiket y otras iniciativas desvinculadas tanto de los organismos gubernamentales como del circuito editorial oficial son las reminiscencias del carácter underground que dio origen a este movimiento. “A pesar de todos los intentos de apertura, los otaku se han mantenido como una subcultura apuntalada por la infraestructura de los círculos *dōjinshi*”<sup>91</sup>. Su aceptación por parte de la sociedad no implica necesariamente su reconocimiento. La naturaleza tímida y esquiva de muchos de sus miembros, y la difícil relación mantenida con diferentes medios de comunicación en décadas anteriores, ocasionan que la vasta comunidad otaku a menudo pase desapercibida para un amplio sector de la población. Su existencia se hace patente a través de eventos multitudinarios como el Comiket<sup>92</sup>, así como por las enormes cifras que manejan en un mercado sumergido dirigido específicamente a este tipo de consumidor. “Junto con la fluida expansión del manga amateur han cristalizado raras

<sup>92</sup> El Comiket, cuya denominación resulta de la contracción de la voz inglesa “Comic Market”, es la mayor convención de fanzine del mundo, organizada en la ciudad de Tokyo, con carácter bianual, durante los meses de Agosto y Diciembre. El Comiket nació en el año 1975 cuando un grupo de críticos y defensores del manga fundaron una institución, con el nombre de Comic Market (Comiket), con el objetivo de defender y promover la publicación de manga *dōjinshi*.

y fascinantes expresiones de fantasías espontáneas y desinhibidas en un amplio sector de la juventud japonesa contemporánea. Se trata de la mayor subcultura contemporánea en Japón - tan invisible como inmensa"<sup>93</sup>.

Para algunos fanáticos más radicales, la progresiva integración de la subcultura otaku en el seno de la sociedad japonesa en las últimas décadas del siglo XX, constituye un motivo de afrenta y de pérdida de los valores intrínsecos de las primeras manifestaciones otaku. "Independientemente de que se considere eficaz o no, la existencia misma de este reaccionismo otaku es interesante. Como tantas otras subculturas anteriores, la subcultura otaku se está convirtiendo en parte de la cultura popular. El Otakismo versa sobre la interacción activa con productos de la cultura popular, pero ahora esa misma cultura popular se ha apropiado del lenguaje, modismos y fórmulas de la cultura otaku, re-ensavandola y vendiéndola de nuevo a los jóvenes, muchos de los cuales la crearon en primer lugar"<sup>94</sup>. Al igual que sucede con otros movimientos de origen *underground*, la subcultura otaku ha sido absorbida por la sociedad japonesa pasando a formar parte de la cultura pop. Es evidente que esta mercantilización de un concepto que se caracterizaba por renunciar a los canales oficiales puede devenir en una pérdida de frescura respecto a los ideales originales. Sin embargo, su paulatina democratización, tornándolo acep-

table para un amplio sector de la sociedad japonesa, acerca esta subcultura a un público que de otra forma jamás habría manifestado interés. Como elemento influyente de la cultura pop japonesa, el otakismo garantiza su soporte económico por parte del Ejecutivo y las industrias derivadas, alcanzando un equilibrio que asegure su supervivencia pero sin renunciar a la denominación de origen que lo singulariza. "El problema con los otaku no es que sean *underground*, sino que permanezcan completamente cerrados, antisociales y aislados. Su número es muy elevado. Incluso si se declaran anti-profesión, y se sitúan al margen del sistema de empleo asalariado, considerables sumas de dinero se mueven en sus redes de mercado negro"<sup>95</sup>. Se estima que entre los años 1996 y 2004 los beneficios anuales brutos en el entorno otaku de Akihabara ascendieron a más de treinta billones<sup>96</sup> de yenes.

Los otaku no sólo gastan enormes sumas de dinero en infinidad de productos de manga y anime, merchandising y bienes de última tecnología, sino que desarrollan nuevos nichos culturales con capacidad para ser exportados internacionalmente y, a menudo, trabajan en ámbitos de conocimiento de gran interés económico y gran potencial de desarrollo. "Etiquetándolos como un grupo extremadamente marginal (como pervertidos potencialmente violentos, por ejemplo) disminuye el valor real de esta subcultura. Este tipo de

<sup>93</sup> KINSELLA, Sharon. "Amateur Manga Subculture and the Otaku Panic". *Journal of Japanese Studies*.

<sup>94</sup> ENG, Lawrence. *Lainspotting: The Evolution of the Otaku Concept*.

<sup>95</sup> HIROKI, Azuma; en: WOZNICKI, Krystian. "Towards a Cartography of Japanese anime. Anno Hideaki's 'Evangelion'. Interview with Azuma Hiroki". *Blimp Film magazine* n° 36/1997.

auto-marginación recuerda en exceso a aquellos (tanto dentro como fuera del colectivo de aficionados) que emplean el término *otaku* para referirse a los peores excesos de esta misma afición, mientras que otros preferimos emplear esa palabra para describir algunos de los mejores y más interesantes aspectos de los aficionados: su creatividad, dedicación y espíritu emprendedor<sup>97</sup>.

En la actualidad, los analistas cifran en más de cien mil personas a los *otaku hard-core*, los más radicales, pero para algunos medios de comunicación esta cifra podría superar el millón. Muchos de estos individuos, aunque de carácter taciturno y tildados a menudo de inadaptados sociales, desarrollan una lucrativa actividad profesional en el campo de las nuevas tecnologías de la comunicación y la informática. Los *otaku* son unos consumidores muy importantes por el volumen de compras que realizan, y constituyen un colectivo de emergente poder en este tipo de industrias. "Mientras que la propia industria del anime se hunde, las industrias *otaku* adyacentes crecen más y más"<sup>98</sup>. Algunos de ellos compatibilizan su afición por las series de manga y anime, y su adicción a los videojuegos, con profesiones que realizan desde la tenebrosa penumbra de sus cuartos, únicamente iluminados por el reflejo de las pantallas del ordenador, y que les reportan pingües beneficios, que en muchos casos superan los tres mil dólares mensuales.

Más aun, la comunidad *otaku* ha adquirido un gran poder de mercado, en una sociedad - la japonesa - que aún fundamenta su estrategia económica nacional e internacional en la venta masiva de bienes de consumo. El gran número de personas que ahora se consideran a sí mismas como *otaku* en Japón ha crecido de un modo explosivo en los últimos años, y han empezado a tomar conciencia del poder que tienen como colectivo respecto a las grandes cadenas de consumo diario, multinacionales o emisoras de televisión. Al mismo tiempo, analistas financieros y medios de comunicación empiezan a hacerse eco de las noticias relacionadas con esta subcultura en cualquiera de sus facetas (manga y anime, videojuegos e informática o ídolos juveniles y cantantes pop). Este mercado *otaku* agrupa a un colectivo estimado en más de tres millones de potenciales consumidores, y aglutina unas ventas anuales en torno a tres mil millones de dólares, sin contar con el mercado de los videojuegos, que constituye un segmento económico multimillonario en sí mismo.

Un estudio realizado en el año 2005 por el Nomura Research Institute, revelaba el enorme crecimiento experimentado por la comunidad *otaku* en Japón. Aunque el estudio ofrecía una imagen muy extensa del *otaku* contemporáneo, asociándolo a un interés muy amplio por cualquier elemento de la cultura pop, como el manga, el anime, la informática o los videojuegos, las

<sup>96</sup> 1 Billón (EU) = 10<sup>12</sup> = 1.000.000.000.000.

<sup>97</sup> ENG, Lawrence. *Lainspotting: The Evolution of the Otaku Concept*.

<sup>98</sup> MACIAS, Patrick y MACHİYAMA, Tomohiro. Op. cit. p. 10.

cifras resultaban sintomáticas tanto del crecimiento real de dicho colectivo cultural, como de la progresiva asimilación de esta denominación, sus hábitos y costumbres por la mayoría social japonesa. De acuerdo a dicho estudio, realizado por medio de encuestas a través de Internet a más de diez mil personas, en el año 2005 el número de otaku en todo el país se estimaba en 1'72 millones de personas, constituyendo un potente mercado potencial superior a cuatrocientos mil millones de yenes anuales (aproximadamente cuatro mil millones de dólares).<sup>99</sup> A tenor de lo expuesto en el mismo estudio, los modernos otaku podrían categorizarse en diez o doce grupos atendiendo a sus intereses y aficiones particulares, esto es: al objeto de su obsesión. De todos ellos, el colectivo de fanáticos y coleccionistas de manga sería el más amplio, compuesto por más de trescientas cincuenta mil personas, y con un gasto anual en cómics y productos relacionados superior a ochenta mil millones de yenes. Los siguientes subgrupos, tanto por número de aficionados como por el volumen de ventas del mercado asociado, serían los otaku seguidores de famosos y cantantes - más de sesenta mil millones de yenes - y los fanáticos del anime (más de veinte mil millones de yenes).

*“La cultura otaku es como cualquier otra cultura. Hay dos grandes necesidades: en primer lugar, el país debe enriquecerse con ello, y la segunda es la*

*libertad de expresión, como sucedió en Europa durante el Renacimiento, o en Francia con el movimiento impresionista. Uno debe poder hacer lo que quiera: incluso historias lolicon, violencia o sexo. Ese es el motivo por el que Japón tiene la mayor cultura otaku”<sup>100</sup>.*

El mercado japonés está plagado de pequeños productos auxiliares dependientes de la industria del manga y el anime, que alcanzan un volumen de ventas espectacular. La importancia de esta industria adyacente dentro del mercado otaku es tal, que en ocasiones supera los beneficios obtenidos por las editoriales y las productoras cinematográficas. En Japón, esta metodología de negocio se resume con el término *monozukuri*<sup>101</sup>. Los mercados del manga y el anime responden plenamente al esquema comercial del *monozukuri*, que las empresas japonesas llevan aplicando con mecánica devoción durante los últimos cincuenta años. El anime, al margen del argumento principal de la historia, tiende a prodigarse en los pequeños detalles y profundizar en arcos narrativos secundarios. El merchandising del manga y el anime se sirve de esta característica, y más allá de la trama subyacente, o de las relaciones y carácter de los personajes protagonistas, se deleita en la recreación minuciosa del universo de la obra, en la fabricación del objeto hasta el detalle. Precisamente por este motivo, este tipo de productos de coleccionismo responden tan bien a las de-

<sup>99</sup> “Japan’s shy geeks boast huge financial clout”. *The Financial Express*.

<sup>100</sup> MACIAS, Patrick y MACHIYAMA, Tomohiro. Op. cit. p. 21.

mandas del consumidor otaku, entendido en su significación japonesa, como un fanático radical de manga y anime. El otaku, más allá del argumento y de los personajes, se nutre del trasfondo de las obras, empapándose del imaginario que reside bajo la imagen general. Dada la extensión de las obras y el público al que van dirigidas, el manga y el anime suelen ser más detallistas que los cómics y series de animación europeos y norteamericanos pensados para un público infantil. Cuentan con un gran número de personajes y elementos - lo que contribuye a afianzar el mercado de los juguetes, las maquetas y las réplicas para coleccionistas - que se recrean en un detalle impensable en un producto destinado habitualmente para niños, a fin de satisfacer al consumidor otaku con reproducciones de mayor fidelidad.

“Hay una tendencia en el mercado para otaku dirigida a evitar la producción de contenidos que se vayan a vender a gran escala, en términos de millones o decenas de millones de unidades. En lugar de ello, se promociona un producto de éxito razonable y luego se comercializan figuritas, cajas recopilatorias de dvd, ediciones Premium y todo tipo de productos relacionados, que se inflan drásticamente y se venden a las mismas personas que compraron el producto original en primer lugar. Los llamados otaku están atrapados en este ciclo consumista, y todo lo que hacen es gastar el dinero ahorrado con esfuerzo (que, en mu-

chos casos, proviene de sus padres). Lo que es realmente triste, es que muchos de estos retoños crédulos no se dan cuenta que les están tomando el pelo”<sup>102</sup>.

En contra de lo que pueda parecer, el otaku ejemplifica la antítesis del nuevo rico, de esa generación de jóvenes brillantes consagrados a su trabajo para permitirse todo tipo de lujos materiales. A raíz de los años de bonanza económica surgió una nueva generación de jóvenes trabajadores, de gran talento y ambición profesional, que ascendieron rápidamente en la jerarquía empresarial nipona. Los empleos de nueva generación, ligados al ámbito de la informática, el marketing y las telecomunicaciones, les reportaron pingües beneficios. A menudo son descritos como individuos materialistas consagrados a la obtención de más bienes y placeres mundanos, que buscan la promoción personal frente al deber filial con la empresa propugnado por la generación de posguerra. Frente a esta actitud, el otaku desprecia el trabajo; para él es tan sólo un medio para poder dedicarse a su afición, a su búsqueda y catalogación de información.

“A finales de la década de 1980 Japón se hallaba en el momento álgido de la burbuja económica. Por aquel entonces, el japonés ideal debía trabajar en el mundo de las finanzas o en la publicidad, vestir un traje de diseño italiano, conducir un BMW, hacer ejercicio regularmente en un

<sup>101</sup> Monozukuri significa, literalmente, “fabricar cosas”. El término proviene de los vocablos “mono” que denota objeto o cosa, y tsukuru, que significa fabricar.

<sup>102</sup> SAKAMOTO, Mimei. Op. cit.

gimnasio, y disfrutar por las noches en las discotecas de moda. Frente a esto, en el lado más tenebroso de este Japón luminoso y dinámico se encontraban los otaku. Pero en 1989 la burbuja económica estalló, finalizando con ella un largo período de crecimiento económico iniciado tras la II Guerra Mundial y comenzando una profunda recesión de la que aún no se ha recuperado. Mientras que el crecimiento de las industrias se ralentizó, únicamente el mercado otaku crecía a un ritmo espectacular”<sup>103</sup>.

Como colectivo económico, los otaku no sólo constituyen una masa de consumo crucial y de gran importancia en el conjunto de la sociedad japonesa, sino que adoptan un rol activo en la misma, como críticos consumidores - demandando constantemente nuevos productos de gran especificidad y mayor calidad - o entrando a formar parte de la propia industria, con profesiones muy selectivas asociadas a sus propias manías y aficiones. “Los otaku están constantemente buscando nuevas utilidades, nuevas maneras de usar los aparatos electrónicos. Son los cabecejas de cada sector. Son los primeros compradores, la vanguardia, la fuerza motora detrás del desarrollo del producto”<sup>104</sup>.

Como se reiteró con anterioridad, un otaku es un obseso de la información, y el objeto de dicha obsesión puede ser cualquier ámbito del conocimiento. Aunque por su abrumadora relevancia en el conjunto de la

cultura otaku contemporánea, y dado el objeto del presente estudio, se enfatiza en los fanáticos del manga y el anime, los otaku dedicados a la electrónica y a la informática constituyen un mercado de gran importancia. Algunos se dedican a la fabricación de ordenadores, mesas de mezcla o amplificadores caseros, y valoran cada dato referente a las miles de piezas que manejan del mismo modo que el otaku del manga atesora cada pequeño retazo de información concerniente a sus personajes favoritos. Muchas veces las pequeñas habitaciones almacenan decenas de ordenadores entre un amasijo de cables, apilados en cualquier rincón, que recrean un escenario cyberpunk propio de un anime. “Si Japón es el epicentro mundial de la innovación, su mascota tendrían que ser los otaku, miembros de una subcultura de frikis de la electrónica”<sup>105</sup>.

Incluso nichos profesionales muy específicos, como la animación o el mercado editorial del manga, se sirven de las nuevas generaciones de otaku para la búsqueda y formación de nuevos talentos. Si bien no es imperativo que un mangaka profesional sea considerado un otaku (en especial en su faceta más ortodoxa) es probable que haya participado en círculos editoriales durante su juventud, en la confección de fanzines *dōjins-hi* o en clubs estudiantiles interesados en manga, anime o ciencia-ficción. “De cada mil otaku, cincuenta terminan por convertirse en creadores de anime. Y

<sup>103</sup> MACIAS, Patrick y MACHIYAMA, Tomohiro. Op. cit. p. 15.

<sup>104</sup> CLARK, Tim (analista de Ion Global); en: STOUT, Cristie Lu. “Otaku: Japan’s gadget geeks dictate tech future”.

<sup>105</sup> STOUT, Cristie Lu. Op. cit.

<sup>106</sup> IZAWA, Eri. *Toshio Okada on the Otaku and Anime*.



28. Hidenori Hara, "Densha Otoko, Net hatsu, kakuekiteisha no love story" (2005).

los novecientos cincuenta que no crean anime directamente todavía desempeñan una labor vital: son críticos y eruditos que exigen y demandan lo mejor de estos cincuenta creadores"<sup>106</sup>.

La inmensa mayoría de los padres de los otaku contemporáneos pertenecen a la generación del baby-boom nacida en la década de 1960. Su vitalismo radical y su optimismo a la hora de encarar el día a día definieron su carácter como generación tolerante, abierta y democrática. Por el contrario, el temperamento huraño y esquivo de los jóvenes otaku choca frontalmente con los valores de sus padres. En cierto modo, el problema estriba en su incapacidad para comprender las inquietudes de sus hijos. Los problemas e incertidumbres que asolaban a su generación difícilmente tienen cabida entre esta nueva juventud.

"¿Cuál es el mínimo común denominador? Los otaku son adolescentes o veinteañeros. La mayoría varones. A menudo visten pantalones vaqueros, camisetas y zapatillas deportivas, lo cual puede parecer poco característico, pero en un país como Japón enloquecido con la moda, sí lo es. Desprecian el contacto físico y adoran los medios de comunicación y los sistemas de reproducción y simulación en general. Son coleccionistas y manipuladores entusiastas de artefactos e información inútiles. Los otaku constituyen una subcultura *underground*, pero no se oponen al sistema per se. Trans-

forman, manipulan y subvierten productos industriales, pero al mismo tiempo son la apoteosis del consumismo y una mano de obra ideal para el capitalismo contemporáneo japonés. Son los hijos de los medios de comunicación"<sup>107</sup> (fig.28).

El colectivo otaku desprecia los crímenes cometidos por Tsutomu Miyazaki. Para muchos de ellos, el asesinato de Saitama no podría considerarse un otaku en modo alguno, pero para una gran parte de la sociedad más conservadora, esta extraña actitud juvenil, que no alcanzan a comprender, aún es motivo de preocupación y desasosiego. *"Todo otaku afirma que Miyazaki es la extraña excepción de un moviendo que, de otro modo, sería considerado pacífico y constructivo. (...) La gente todavía nos mira con recelo. No deberían. En su lugar, deberían darse cuenta de que somos el futuro, que nos sentimos más cómodos con las cosas que con las personas"*<sup>108</sup>.

Japón ha sido desde siempre una nación cuya sociedad, sistema político y infraestructura económica se ha basado en rígidas estructuras jerárquicas. A parte de las formas idiomáticas humildes o los roles de sumisión dentro de la propia empresa, la jerarquía por edad, antes que por el sexo, ha sido determinante en las relaciones sociales y personales niponas. Las personas mayores se respetan con solemnidad y reverencia y esto se manifestaba, hasta hace pocos

<sup>107</sup> GRASSMUCK, Volker. *I'm alone, but not lonely. Japanese Otaku-Kids colonize the Realm of Information and Media. A Tale of Sex and Crime from a faraway Place.*

<sup>108</sup> HACHIRO, Taku; en: GREENFELD, Karl Taro. Op. cit.

años, en los puestos de dirección de las grandes empresas y corporaciones, o en los partidos políticos. En las sociedades occidentales y en especial en Estados Unidos, la juventud siempre ha sido un colectivo vital en la regeneración del país, capitaneando las principales transformaciones socioculturales. Por el contrario, la juventud japonesa “ha constituido una categoría social polémica y, a menudo, totalmente simbólica en el Japón de la posguerra”<sup>109</sup>. Características como el individualismo o la ambición personal y profesional, propias de los individuos de las comunidades occidentales, no tienen un reflejo equivalente en la moderna sociedad japonesa. El individualismo como meta - así como la ruptura y el distanciamiento respecto a las convenciones socialmente aceptadas - son atributos asociados a la rebeldía, pero también a la excelencia, y un reflejo de la constante necesidad de actualizarse propio de las sociedades occidentales capitalistas. “Las manifestaciones culturales juveniles en el Reino Unido y Estados Unidos siempre se han interpretado con esperanza e indulgencia, como expresiones contemporáneas del irrefrenable genio creativo y del espíritu de individualismo que hicieron de Gran Bretaña una gran nación industrial, y de Estados Unidos una gran democracia. Pero el individualismo (*kojinshugi*), como es bien sabido, siempre se ha rechazado como ideal político en Japón”<sup>110</sup>.

En muchos aspectos, el problema de la rígida sociedad japonesa es que, a la larga, favorece el desarrollo de este tipo de individuos aislados. El *bullying* o el *mobbing* son estrategias de desplazamiento y marginación personal conocidas en todo el mundo. La fórmula es aparentemente sencilla, y consiste en que el colectivo, actuando como totalidad, discrimine a un individuo por poseer características personales diferenciadoras, que pueden ir desde un rasgo realmente representativo, a cuestiones totalmente nimias que actúan, en el fondo, como excusa. Este patrón de comportamiento es típico de los adolescentes, que buscan en el grupo, al formar parte de una colectividad, reafirmarse como individuos por su temor todavía infantil a disolverse socialmente. La exclusión de otros, paradójicamente, no hace sino reafirmar este tipo de sentimiento, lo que provoca que se entre en una espiral de degradación, donde el grupo se reafirma a base de excluir al que es diferente. La sociedad japonesa, muy rígida en las normas sociales de convivencia y urbanismo, así como en el sistema educativo, alimenta este tipo de actitudes al privilegiar y promocionar la homogeneidad entre sus individuos. En Japón, ser considerado diferente no es motivo de orgullo.

En la sociedad contemporánea, y especialmente en Japón, la manera en la que se comprende el fenómeno otaku es compleja. Para algunos psicólogos el

<sup>109</sup> KINSELLA, Sharon. “Amateur Manga Subculture and the Otaku Panic”. *Journal of Japanese Studies*.

<sup>110</sup> Ibid.

<sup>111</sup> OKONOGI Keigo. *Moratorium ningen no jidai* [La era del hombre en moratoria].

origen del comportamiento antisocial que rige las pautas de los otaku más radicales estriba en lo que han dado en llamar “gente en moratoria”<sup>111</sup>, un término empleado por el profesor Keigo Onokogi - a partir de la voz original “moratoria psicosocial” acuñada por el psicólogo estadounidense de origen alemán Erik Erickson - para referirse a aquellas personas que presentan estos síntomas de aislamiento social y encierro voluntario en sus casas.

Erikson, psicólogo neo-freudiano, es conocido por su tesis del desarrollo de la personalidad, denominada Teoría Psicosocial. Esta teoría presenta ocho estadios psicosociales o diferentes etapas que se suceden a lo largo del ciclo vital natural, y en las que se plantan desafíos dicotómicos, situaciones de crisis para la construcción del individuo equilibrado, y a las que las personas deben enfrentarse a lo largo de su vida. Para Erikson, los años de adolescencia se caracterizan por la paulatina búsqueda de la identidad y el reforzamiento personal. Tras superar esta etapa, el joven adulto debe definir su intimidad frente al aislamiento. Frente al miedo propio del adolescente a no saber quién es, y por tanto la tendencia a integrarse en un grupo para formar parte de una colectividad que le defina, el joven adulto tiene plena conciencia de sí mismo y no teme relacionarse con otras personas por temor a diluirse. Erikson denomina a esto Intimidad. Originalmente, el término “mo-

ratoria psicosocial” de Erik Erikson hace referencia al período de latencia o impás que experimentan algunos jóvenes y adolescentes en los años de estudio y de preparación profesional, durante los cuales abandonan el cumplimiento de las responsabilidades y obligaciones con la sociedad que tradicionalmente se les atribuyen.

Para algunos sociólogos contemporáneos japoneses, los individuos disfuncionales y aislados que constituyen el núcleo más radical del colectivo otaku condensan los valores y actitudes infantiles que, en general, caracterizan a toda la juventud japonesa desde la posguerra. Al contrario de lo sucedido en otras revueltas y levantamientos juveniles occidentales, las mayores iniciativas estudiantiles niponas desde los años posteriores al fin de la Guerra del Pacífico surgieron como ecos de las protestas de 1968 y de las manifestaciones de izquierda a comienzos de la década de 1970, y carecían de las profundas convicciones sociales y la sólida base intelectual de las primeras.

El infantilismo de la juventud japonesa se manifiesta abiertamente en determinados fenómenos sociales, como el estilo *kawaii* vivido en las décadas de 1980 y 1990, que influenció a diferentes manifestaciones culturales japonesas, como la moda y el diseño, y se insertó con precisión en la estructura mercantil de la denominada cultura pop contemporánea. Algunos de es-

tos investigadores han apuntado cómo la ausencia de un padre político, una figura social sólida y respetable durante los años de posguerra, ha podido condicionar esta actitud de una juventud que tiende al infantilismo y al rechazo de las obligaciones sociales atribuidas al mundo adulto, y que el psicoanalista Keigo Okonogi definió como 'gente en moratoria'<sup>112</sup>. La teoría de Okonogi enlazaba este infantilismo en la sociedad japonesa con la renuncia de las obligaciones naturales de los ciudadanos adultos en una sociedad civil. Para Okonogi, la sociedad nipona contiene un número creciente de individuos sin ningún sentido de pertenencia, ya sea a organizaciones, partidos, ideologías o a la propia colectividad social de la que forman parte. En su defecto, parecen regirse únicamente por la no-afiliación (de cualquier clase), por su permanente huida de las estructuras de control social y por su pertenencia a una subcultura exclusivamente juvenil, no adulta. "Actuando de un modo infantil, la juventud japonesa trató de evitar la exigencia de la moral conservadora que instaba al ejercicio de la autodisciplina y la responsabilidad, y a soportar severas condiciones mientras trabajaban duramente a fin de pagar su deuda con la sociedad. (...) En definitiva, tanto para estos jóvenes añados como para Sid Vicious, no había futuro; de hecho, no había siquiera un presente"<sup>113</sup>.

El concepto de *moratorium ningen* (gente en moratoria) de

Okonogi, se ajusta a la perfección al paradigma de los otaku más radicales, pero también a otros colectivos que manifiestan actitudes asociales como los hikikomori, o algunos modernos suicidas japoneses. En opinión de Okonogi, los medios de comunicación y la sociedad capitalista contemporánea en general impulsan una progresiva infantilización del individuo. Estas personas se encontrarían en un estado de existencia virtual, en un recreación simulacral de la vida, suplantada por una ilusión generada por los medios de comunicación masiva. En opinión del propio Okonogi, este es el estado habitual de la mayoría social nipona. Para muchos sociólogos, el principal problema de la consolidación de este modelo social estriba en el progresivo aumento de este tipo de personalidades esquivas: personas que permanecen en un estado perenne de disociación y al mismo tiempo, gracias a la instantaneidad de la cultura posmoderna contemporánea, inmersos en un estado de hiper-realidad constante. Los otaku "sólo pueden pensar en sí mismos como resultado de una manera de interpretar y relacionarse con la sociedad hi-tec. Están encaminados a una existencia aislada e inhumana"<sup>114</sup>. Los individuos "en moratoria" se muestran incapaces de comunicarse con otros seres humanos pero, al mismo tiempo, intentan acaparar toda la información posible en un mundo mediatizado y relativizado hasta el extremo, como consecuencia de ese exceso de información. "Para el na-

<sup>112</sup> Ibid.

<sup>113</sup> KINSELLA, Sharon. "Cuties in Japan". *Women Media and Consumption in Japan*.

<sup>114</sup> GRASSMUCK, Volker. *I'm alone, but not lonely. Japanese Otaku-Kids colonize the Realm of Information and Media. A Tale of Sex and Crime from a faraway Place*.

cimiento de los otaku, se recoge el sentir general de la sociedad que delimita el estado de ánimo, un estado de ánimo caracterizado por la auto-disociación en la hiper-realidad”<sup>115</sup>.

Estas características, que se resumen en las observaciones de Okonogi, están presentes en gran parte de la juventud japonesa desde los años sesenta, y han recibido diferentes denominaciones por parte de académicos y sociólogos. Independientemente de la nomenclatura empleada, todas estas conductas sociales presentan cualidades afines. “Durante la década siguiente los medios de comunicación y la industria cultural fueron objeto de críticas por fomentar la expansión de la cultura juvenil y sus valores individualistas en la sociedad. En 1980 se refirieron a estos jóvenes bajo la denominación ‘gente de cristal’. (...) Se empleó esta designación a raíz del título del best-seller de 1981 *Somehow Crystal*, de Yasuo Tanaka, en el que incidía sobre la sofisticada, aunque vacía y neurótica, vida de los estudiantes de moda”<sup>116</sup>. A mediados de la década de 1980, se acuñó un nuevo término para aludir a estos individuos infantiles y aislados, desconectados del conjunto de la sociedad. A diferencia de las generaciones anteriores nacidas en los años siguientes a la posguerra, estos jóvenes habían crecido durante el período de desarrollo comercial y habían alcanzado su madurez en la década de mayor bonanza, poco antes de que explotase la burbu-

ja económica. Este hecho significativo motivó que se refiriesen a ellos con el término *shinjinrui*, o ‘nueva raza’, porque su actitud y sistema de valores dentro de la sociedad japonesa no tenía nada que ver con el de generaciones anteriores. Paradójicamente, esta ‘nueva raza’ constituía a mediados de la década de 1990 la mitad de la población y de mano de obra del país.

“Los otaku fueron retratados como un sector de la juventud que personificaba los lógicos extremos de un comportamiento social individualista, particularista e infantil. En las descripciones, a menudo macabras, de la subcultura y estilo de vida otaku, los sociólogos transmitían, tal vez, sus más profundas preocupaciones acerca de las características generales de la sociedad japonesa en la década de 1990”<sup>117</sup>. El pánico y odio hacia todo aquello que remitía a la cultura otaku se multiplicaron por las declaraciones incendiarias de algunos sociólogos y medios de comunicación más conservadores tras los crímenes de Tsutomu Miyazaki. El grueso de la sociedad japonesa, que hasta entonces había marginado e ignorado a los otaku, se volvió contra ellos al considerarlos una foco de peligrosidad social, y las convenciones y eventos de mangakas amateur como el Comiket, se interpretaron como un vivero de jóvenes delincuentes y criminales.

Uno de los aspectos más significativos respecto al público y

<sup>115</sup> Ibid.

<sup>116</sup> KINSELLA, Sharon. “Amateur Manga Subculture and the Otaku Panic”. *Journal of Japanese Studies*.

<sup>117</sup> Ibid.

autores presentes en el Comiket, sobre el que hacen particular hincapié numerosos sociólogos japoneses, es el singular reparto demográfico entre los asistentes a estos eventos, tanto por el nivel económico familiar como por el bajo porcentaje de jóvenes con estudios superiores. A tenor de lo expuesto en diferentes investigaciones, el aficionado medio asistente a este tipo de convenciones vive en zonas de enormes complejos de viviendas, habitualmente en los suburbios de las grandes ciudades, posee un nivel económico medio o bajo, y asiste a escuelas y universidades de poco prestigio académico o carece de formación superior. No obstante, esta afirmación a la que llegan numerosos sociólogos contemporáneos no se sustenta en análisis estadísticos rigurosos, sino en una impresión un tanto ambigua que se desprende de la imagen general que estos investigadores tienen de la juventud japonesa.

Las conclusiones a las que lleva este razonamiento son, si cabe, más complejas. A pesar del alto nivel de vida y de la elevada alfabetización de Japón - considerado uno de los países más modernos e industrializados del mundo y la segunda potencia económica global después de Estados Unidos - el grueso de la juventud japonesa contemporánea se asemeja al aficionado medio presente en las convenciones Comiket. En las últimas décadas los organismos oficiales han fomentado firmemente el acceso a las enseñanzas académicas

superiores y la gran mayoría de la población nipona afirma pertenecer a la clase media; sin embargo, el joven japonés estándar no vive en zonas residenciales, sino en bloques de edificios en los suburbios de las urbes, y carece de una formación superior de excelencia. "Si bien esto podría sugerir que la composición sociológica del Comic Market es estándar y representativa, la importancia de esta observación radica en la condición de este evento como uno de los pocos foros culturales y sociales en Japón, (o en cualquier otro país industrializado), que no está dominado por sectores privilegiados y altamente educados de la sociedad. (...) Es posible que el enorme énfasis depositado, en primer lugar, sobre el rendimiento escolar y, en segundo lugar, en la adquisición de un sofisticado gusto cultural, en Japón desde la década de 1960, también ha estimulado la participación de los jóvenes excluidos de estos logros oficialmente reconocidos en una subcultura del manga amateur"<sup>118</sup>. Esta realidad puede interpretarse como una respuesta de la juventud ante el férreo sistema educativo y las normas sociales imperantes en la sociedad japonesa desde los años de posguerra. Rechazando la excelencia académica y el éxito laboral, símbolos del triunfo personal en Japón, la juventud nipona le da la espalda a los roles tradicionales convencionalmente aceptados.

El odio manifestado por la sociedad japonesa hacia todo lo

<sup>118</sup> Ibid.

<sup>119</sup> Ibid.

que representaba el otaku reflejaba, no obstante, muchas de las inquietudes y preocupaciones sociales sobre las que los investigadores venían alertando en décadas anteriores y para las que se habían acuñado diferentes denominaciones. El infantilismo juvenil y la negativa a asumir las obligaciones sociales impuestas, necesarias para entrar a formar parte de la sociedad general, se trasladaron a la comunidad otaku a finales de la década de 1980 y comienzos de los años noventa. La ruptura social visible en la juventud japonesa, que ya había alertado a la comunidad científica en décadas anteriores, se veía acentuada en la generación otaku por la contribución de los medios de comunicación, Internet y las redes de intercambio global. “La cultura juvenil del individualismo se ha asociado con el fracaso y la obstinada negativa del japonés contemporáneo a contribuir adecuadamente a la sociedad, mediante la realización de todas sus obligaciones y deberes con la familia, la empresa y la nación”<sup>119</sup>.

La constante interacción de la juventud japonesa con la tecnología puede desembocar en casos extremos de dependencia, como sucede con algunos otaku más radicales, que viven aislados en la penumbra de sus casas, encerrados sin noción o control del tiempo delante de las pantallas de multitud de dispositivos electrónicos que los mantienen en permanente contacto con el resto del mundo. Muchas de

estos jóvenes rechazan las relaciones con otros seres humanos y evitan el contacto físico. Algunos individuos incluso sienten un miedo y temor incontrolable al acercarse a una persona del sexo contrario. Durante sus interminables sesiones en Internet, intercambiando información con otros usuarios, jamás profundizan en lo personal, y mantienen las distancias intrínsecas al significado original del término otaku.

“El coleccionista, el que tiene un hobby, el jugador y el aficionado son prototipos antropológicos básicos. Aplicado como una moda mono-obsesiva a una pequeña sección del mundo, el término otaku se utiliza para este tipo de individuo tanto en Japón como en cualquier otro lugar. La metamorfosis no tiene lugar en el interior del capullo, la mariposa no emerge para conquistar el mundo. La web con su multitud de puntos de conexión electrónica se ha convertido en su hábitat”<sup>120</sup>.

En ocasiones, se tiende a generalizar y emplear el término otaku para referirse a un individuo, a menudo joven e inadaptado, que vive aislado en una habitación de su casa comunicándose con el mundo exterior exclusivamente a través de ordenadores y teléfonos móviles. Esta definición está más próxima, no obstante, a una actitud o comportamiento que se ha multiplicado con rapidez entre la juventud japonesa en la última década, y cuyos practicantes se conocen con el nombre de *hi-*

<sup>120</sup> GRASSMUCK, Volker. *Man, Nation & Machine. The Otaku Answer to Pressing Problems of the Media Society.*

*kikomori* (fig.29). Esta confusión semántica responde a diferentes motivos. Por una parte, el significado primitivo de otaku remite a 'tu casa', lo que ocasionó que algunos investigadores los definiesen como personas aisladas en sus propios hogares, aunque es arto improbable que, tratándose de un término que se generalizó gracias a su uso entre los propios aficionados, se refiriesen a sí mismos bajo esa denominación y con esas acepciones. Además, en la década de 1980, cuando empezó a extenderse el uso del vocablo otaku entre los coleccionistas, las posibilidades de comunicarse desde sus respectivas casa eran muy limitadas debido a la ausencia de redes informáticas interconectadas como en la actualidad. Al mismo tiempo, las connotaciones negativas atribuidas desde la prensa y otros medios de comunicación contribuyeron a que se difundiese una imagen distorsionada de los otaku, y que se identificasen erróneamente con los *hikikomori*. "Traducido toscamente, otaku significa empollón. (...) Los otaku pasan todo el día absortos entre anime, manga y videojuegos. Eran considerados anormales, y los numerosos crímenes de mayor repercusión social, atribuidos a los otaku, generaron una sensación generalizada de impotencia, al igual que las preocupaciones actuales acerca de los *hikikomori*. Sin embargo, los otaku ahora se consideran normales, incluso están de moda"<sup>121</sup>. Como apunta el sociólogo Lawrence Eng<sup>122</sup>, la principal diferencia entre ambos

colectivos estriba, precisamente, en que los hikikomori no se denominan a sí mismos con esta voz, frente al matiz ligeramente orgulloso y reivindicativo de los otaku. En algunos casos, los *hikikomori* no tienen consciencia de su estatus como tal. "Se ha criticado frecuentemente a los otaku por ser socialmente inadaptados e incapaces de hacer amigos, pero al considerar los tipos de conexiones que hacen es evidente que no es el caso. (...) El otaku tiene un objetivo y por tanto una identidad. El *hikikomori* carece de ambas"<sup>123</sup>. Incluso en el caso de los otaku más huraños y ortodoxos, la diferencia respecto a los modernos *hikikomori* radica en el distinto posicionamiento que ambos adoptan ante su retiro del mundo y de la sociedad. El *hikikomori* emplea las redes de comunicación e Internet como únicos enlaces con el mundo exterior, pero podría prescindir de ellos llegado el caso. En cambio, el otaku, aun sin entablar amistad o contacto personal con otros usuarios, toma conciencia como sujeto dentro de una red de información compartida por individuos afines, a los que llega a considerar sus iguales. El *hikikomori*, en último extremo, carece de objetivo o motivación. Al otaku le mueve su obsesión. "Algo característico de los otaku es que hablan sin contexto. Viven en el simulacro de un sistema auto-referencial que no está sujeto a un contenido de ninguna clase. El eje central es su consciencia de la situación: en sí mismos, ellos son *media*"<sup>124</sup>.

29



<sup>121</sup> LARIMER, Tim. "Staying in and Tuning Out: Alienated Japanese Youth are Increasingly Locking Themselves Away in their Rooms - and venturing out to engage in violent crimes" [en línea]. *Time Magazine*.

<sup>122</sup> ENG, Lawrence. *The current status of "otaku" and Japan's latest youth crisis*.

“Traducido libremente como ‘retiro de la sociedad’, la voz *hikikomori* se refiere al estado de anomia en el que han caído un creciente número de jóvenes japoneses en la actualidad. (...) Viven al revés: duermen durante todo el día, se levantan al anochecer y permanecen despiertos toda la noche viendo la televisión o jugando con videojuegos”<sup>123</sup>. En los últimos años, más y más casos de jóvenes *hikikomori* que padecen este trastorno han salido a la luz. A raíz de las noticias en la prensa y del eco suscitado entre los medios de comunicación, puede parecer un fenómeno relativamente reciente, pero estos modernos anacoretas existen desde hace décadas en Japón. Su desconocimiento público hasta una fecha reciente se debe fundamentalmente a dos factores. Por una parte, a la rígida sociedad japonesa, que impedía que padres y familiares diesen la voz de alarma acerca de esta situación por miedo al ridículo y a la vergüenza con sus vecinos y conocidos. De este modo, los *hikikomori* permanecían aislados hasta que decidiesen finalizar sus encierros o los familiares optasen finalmente por solicitar ayuda. Por otra parte, la multiplicación de Internet en todo el mundo permitió que muchos *hikikomori* diesen a conocer su propia situación a través de chats y blogs publicados en la red. En la actualidad se estima que la cifra de *hikikomori* en Japón, la mayoría de ellos jóvenes varones, supera el millón de personas. Estos encierros domésticos pueden durar

tan sólo unos meses, o pueden prologarse durante varios años. Además, el principal motivo de alarma social viene dado por los ataques violentos de algunos de estos jóvenes hacia sus padres, que se han multiplicado en los últimos años.

Los *hikikomori* se encierran en su burbuja personal, como si se tratase de un caparazón de tortuga que debe protegerlos de las amenazas exteriores. En muchas ocasiones, a la vergüenza social y familiar se suma su propio conocimiento como parias, de ahí que no reconozcan su situación. Estos jóvenes no quieren que nadie sepa nada acerca de sus problemas y aislamiento. En ocasiones, cuando los familiares intentan ayudarlos o ponerlos en contacto con expertos y psicólogos, reaccionan violentamente contra estos, o intentan suicidarse. Por este motivo, muchos padres guardan un forzoso silencio en torno a esta situación.

Esta clase de anomalías, no obstante, casi nunca conllevan actuaciones violentas hacia otras personas fuera del ámbito de convivencia diaria o del círculo familiar. Las acusaciones y casos excepcionales de asesinatos o ataques violentos llevados a cabo por jóvenes con este tipo de desórdenes de la personalidad no constituyen, en modo alguno, un patrón de comportamiento. Para numerosos psicólogos, los casos de agresividad incontenible y ataques airados no son imputables al encierro

<sup>123</sup> Ibid.

<sup>124</sup> GRASSMUCK, Volker. *I'm alone, but not lonely. Japanese Otaku-Kids colonize the Realm of Information and Media. A Tale of Sex and Crime from a faraway Place.*

<sup>125</sup> MURAKAMI, Ryu. "Japan's Lost Generation". *TimeAsia.com* [en línea].

del *hikikomori*, sino a patologías subyacentes más severas. Los *hikikomori* carecen de fuerza de voluntad para abandonar sus habitaciones, y difícilmente llevarían a cabo incidentes violentos de esta magnitud. No obstante, existe una gran preocupación popular y, al igual que ocurrió en el pasado con los otaku a raíz de los asesinatos de Tsutomu Miyazaki, los *hikikomori* se perciben como un problema social y un foco de crimen y peligrosidad.

En los países occidentales también existen desórdenes de la personalidad similares, con pautas y comportamientos afines, lo que invita a pensar que el *hikikomori* no es un problema exclusivamente japonés. La relevancia del caso nipón tiene mucho que ver con la sonoridad del término, y con el renombre social que los *hikikomori* como colectivo han adquirido a nivel internacional. En los últimos años, las reseñas y estudios publicados por la prensa extranjera han aumentado de manera notable. No obstante, en Japón los retiros de los *hikikomori* se dan en un porcentaje considerablemente superior al de otras naciones, en buena medida por los condicionantes históricos y sociales del país. Al gran desarrollo tecnológico se suma la rigidez extrema de la jerárquica sociedad japonesa, y el sistema escolar y laboral terriblemente competitivo, que premia el éxito y castiga duramente el fracaso. Las altas expectativas inculcadas desde la niñez desembocan en la etapa escolar en situaciones de estrés y rechazo

hacia sus compañeros, familiares y vecinos. Además, como se expuso con anterioridad, el individualismo y la originalidad personal no gozan en Japón del reconocimiento que sí poseen en el seno de las sociedades occidentales. “No se pueden precisar los motivos. Pero se puede precisar el contexto: Japón. Aquí uno debe ser igual que los demás, y si no es así, se tiene un sentimiento de pérdida y vergüenza. Se aísla. Cuando uno es diferente, se toma el paso lógico para la supervivencia. Desaparecer”<sup>126</sup>.

En opinión de un gran número de sociólogos e investigadores, el fenómeno de los *hikikomori* viene asociado al espectacular desarrollo económico y tecnológico de Japón desde finales de la II Guerra Mundial, lo que unido a una sociedad rígida y poco permisiva, ha degenerado en un nuevo modelo de juventud. Estos jóvenes, económicamente dependiente de sus padres, invierten todos sus ahorros en comprar nuevos aparatos tecnológicos para su entretenimiento, que les permitan estar conectados en todo momento, prescindiendo de vínculos físicos personales. “La falta de comunicación prevalece en todos los estratos de la sociedad”<sup>127</sup>. Para muchas personas críticas con el modelo social imperante en Japón, los *hikikomori* no sólo son el resultado evidente de los valores y actitudes de la realidad socioeconómica del país, sino que se mantuvieron alejados deliberadamente de la opinión pública

<sup>126</sup> KUDO, Sadatsugu; en: LARIMER, Tim. Op. cit.

<sup>127</sup> MURAKAMI, Ryu. Op. cit.

<sup>128</sup> Ibid.

para no ensombrecer los avances tecnológicos de las últimas décadas con problemas y deformaciones sociales entre los más jóvenes, fruto de la alienación causada por dichos avances. “La sociedad japonesa se encuentra en medio de una paradoja: por una parte se preocupa por el aumento de niños socialmente aislados, pero al mismo tiempo aplaude cada nuevo cachivache electrónico”<sup>128</sup>.

Algunos otaku obsesivos llegan al extremo de idolatrar la deshumanización, tanto física como espiritual, cosificando a las personas. “Este in-animismo es posiblemente la otra cara de la religión sintoísta tradicional que propugna el animismo de la naturaleza, y que todavía tienen una gran vigencia en la cultura japonesa actual”<sup>129</sup>. El sociólogo Volker Grassmuck va un paso más allá cuando concluye que esta deshumanización puede degenerar en lo que ha dado en llamar “complejo de dos dimensiones”. En opinión de Grassmuck, el otaku extremo desprecia todo signo de humanidad mostrado hacia las personas, pero empieza a tratar las cosas como a seres humanos. Esta actitud posibilita la transformación de fantasías y personajes de ficción en elementos de la vida diaria. La distancia tanto física como emocional respecto a otras personas se traduce en una paulatina objetualización de los seres humanos. En adición, los personajes de anime y las heroínas del papel dejan

de verse como ilustraciones en dos dimensiones, como simples figuraciones antropomórficas, y se les atribuyen características y comportamientos enteramente humanos. “El ‘complejo de dos dimensiones’ es una clase de animismo. Tratan a los humanos como cosas y a las cosas como a seres humanos”<sup>130</sup>.

En el año 2008 un ciudadano japonés inició una campaña de recogida masiva de firmas a través de Internet para solicitar que el Gobierno nipón legalizase el matrimonio con personajes de ficción. El joven promotor de la curiosa iniciativa, reconocía estar locamente enamorado de Miruki Asahina (fig.30), un personaje femenino del manga *Suzumiya Harushi no Yuutsu*, al tiempo que afirmaba sentirse mucho más cómodo en el mundo de dos dimensiones, frente a la realidad cotidiana tridimensional que le rodeaba. Algunos medios de comunicación internacionales se hicieron eco de la noticia, no tanto por su improbable ejecución como por la controversia que suscitó. Independientemente de la vigencia de la proposición - que no pasa de una mera ocurrencia - esta historia es sintomática del sentir de un creciente número de jóvenes japoneses que afirman estar enamorados de personajes de ficción de sus series favoritas. La popularidad alcanzada por algunos protagonistas de las series de manga y anime más famosas es tal, que rivalizan con las grandes estrellas de la música, el cine o la televisión.

30



<sup>129</sup> GRASSMUCK, Volker. *I'm alone, but not lonely. Japanese Otaku-Kids colonize the Realm of Information and Media. A Tale of Sex and Crime from a faraway Place.*

<sup>130</sup> Ibid.

Las figuras de heroínas de ficción (fig.31) del manga y el anime son un artículo muy demandado por un gran número de otaku y coleccionistas, aun cuando muchos de ellos no manifiesten ningún tipo de interés romántico por estos personajes. Muchas de estas figuras son recreaciones en miniatura, de gran detalle, de esas chicas perfectas que responden al arquetipo de la mujer sumisa y obediente que idealizan los otaku (fig.32). Paradójicamente, aun cuando una mujer real reuniese dichas características, muchos otaku rehuirían el diálogo o permanecerían en silencio, temblorosos, sin poder siquiera dirigirle la palabra. Algunos otaku, tímidos e introvertidos hasta el extremo, se muestran incapaces de relacionarse con personas del sexo opuesto. “Las muñecas no tienen ese pequeño estorbo llamado corazón, por lo que son hermosas y perfectas. (...) Los llamados ‘dollers’ [del inglés doll: muñeca], o coleccionistas de muñecas, se están convirtiendo en un gran segmento del universo otaku”<sup>131</sup>. En los últimos años, a la par que las muñecas hinchables tradicionales y otros tipo de adminículos sexuales, ha proliferado el comercio de muñecas eróticas de nueva generación. Construidas con silicona, de tacto suave, con esqueletos de plástico, acero o titanio, y pelo natural, presentan vello púbico, caras y cuerpos configurables a petición del comprador (fig.33). Estas modernas muñecas sexuales son muy valoradas por algunos coleccionistas, que

pagan cantidades superiores a los seis mil euros por cada unidad, y que las atesoran en sus hogares, asignándoles nombres y personalidades. “Ha sido de nuevo Japón (...) donde las muñecas hinchables de toda la vida - esas con tacto de plástico, boca eternamente abierta y postura hierática - han conocido una segunda generación: las *dutch wives* (esposas holandesas) una especie de replicantes de látex, vinilo o silicona que, basadas en la estética del *hentai*, pueden llegar a costar 6.000 euros. De aspecto aniñado, se presentan ante sus posibles compradores vestidas con lencería y poses sugerentes, igual que si fueran prostitutas. Algunos japoneses pudientes ya las coleccionan. (...) Un ciudadano de Ôsaka ha protagonizado más de un reportaje en televisión al posar orgulloso con su centenar de lolitas de goma”<sup>132</sup>.

31



32



<sup>131</sup> MACIAS, Patrick y MACHIYAMA, Tomohiro. Op. cit. p. 48.

<sup>132</sup> ROJAS, Alberto. “Sexual dolls, la perversión nipona”. *El Mundo - UVE*. p. 9.

<sup>133</sup> Ibid.

En algunos prostíbulos del barrio de Akihabara de Tokyo, cuna de la cultura otaku, ya se oferta la posibilidad de alquilar a estas muñecas sexuales, en lugar de comprar los servicios habituales de las meretrices. “Ya se han abierto prostíbulos en algunas ciudades japonesas en los que se ofrecen los servicios sexuales de este tipo de muñecas. Los catálogos son similares a cualquier páginas de ‘acompañantes’ de carne y hueso, pero con la salvedad de que estas son de silicona”<sup>133</sup>. En contra de lo que pueda parecer, la iniciativa ha gozado de bastante éxito entre un público que abarca desde varones adolescentes a ejecutivos de más de sesenta años. Ante este panorama, algunos psicólogos han dado la voz de alarma advirtiendo de la progresiva deshumanización del individuo a la que inducen este tipo de fetichismos extremos, y que no discrimina ni por edad ni por posición social, sino que afecta al grueso de la sociedad nipona.

33



A pesar de los abundantes contenidos sexuales presentes en los manga eróticos *hentai*, así como en muchas otras publicaciones *dōjinshi* de temática *ani-paro*, el sexo desempeña un papel secundario en la vida de muchos de estos otaku. En muchos casos, las nociones acerca de sexo que exhiben una gran parte de estos jóvenes vienen dadas a través de los manga y de las series y películas de anime erótico, con las lógicas deformaciones que ello genera a la hora de percibir determinados roles.

Es infrecuente que un otaku radical tenga novia, en gran medida porque la mayoría de ellos sienten un pánico insuperable y desmedido hacia las personas del sexo opuesto. Los otaku pueden describirse como individuos tímidos, huraños, inseguros e introvertidos, a la par que analfabetos sociales. La sola idea de entablar una relación real con una mujer puede ser motivo de turbación o desagrado. Los personajes femeninos de dos dimensiones de las obras eróticas de manga y anime constituyen, para estos otaku, una forma “segura” de explorar la sexualidad. En muchos casos, la única. Para el otaku ortodoxo, el sexo no es algo físico, sino otra experiencia simulacral. “Los otaku son antisomáticos. La información es su única droga”<sup>134</sup>.

En los últimos años, uno de los establecimientos públicos más frecuentados por los otaku han sido los *maid-cafe*. Los *maid-cafe* son locales temáticos donde las camareras se visten como criadas de época, y actúan teatralmente tratando a los clientes como “amos” a los que deben servir (fig.34). Los primeros negocios aparecieron en el distrito de Akihabara a finales de la década de 1990 y comienzos del presente siglo, como resultado del empuje de la cultura otaku. Los servicios que ofertan no se diferencian demasiado de los de una cafetería o un pub habitual, salvo por la permanente representación escenificada por la sirvientas, tanto en el trato meloso y servicial, como en la exagera-

<sup>134</sup> GRASSMUCK, Volker. *I'm alone, but not lonely. Japanese Otaku-Kids colonize the Realm of Information and Media. A Tale of Sex and Crime from a faraway Place.*



da - aunque pretendida - actitud sumisa ante los clientes.

Desde occidente se juzgan con dureza estos establecimientos ante la actitud sexista de la que hacen gala. Los *maid-cafe* perpetúan unos estereotipos anticuados y deliberadamente machistas. No obstante, en contra de la percepción occidental, este tipo de locales jamás sitúan a las camareras en una situación de humillación real respecto a los clientes, puesto que estos - en su mayoría otaku - las idolatran y sienten un miedo terrible ante la idea de mantener una conversación o un contacto prolongado con cualquiera de ellas, más allá de unas pocas palabras. Los otaku más fanáticos que frecuentan los *maid-cafe* fantasean con la imagen de la mujer servicial y obediente que escenifican estas chicas en sus trabajos, pero difícilmente se atreverían a plantear una relación sentimental auténtica. En el fondo, las mujeres reales les provocan un pánico atroz e incontrolable. “Si

consideramos que los *maid-cafe* son sexistas, es debido a la imagen de la mujer que prefiere el otaku: claramente subordinada, poco amenazante, invariablemente adorable, incondicionalmente fiel y pura en cuerpo y alma. Sin duda, las doncellas en estos cafés representan un ideal anticuado de la feminidad. (...) Para la mayoría de otaku, las interacciones que tienen con las mujeres en los *maid-cafe* son una completa fantasía”<sup>135</sup>.

La relación del otaku medio con las mujeres reales es terriblemente compleja. La perspectiva de entablar una relación sentimental no sólo se antoja difícil, sino que resulta terriblemente aterradora. Además, muchos de estos otaku radicales afirman sentirse más cómodos fantaseando con personajes femeninos de ficción o con estas actrices de café, que con mujeres de carne y hueso. A menudo, las mujeres reales no sólo no se corresponden con estos estereotipos de sumisión asimilados ge-

34\_Maid-cafe. Fotografía de La Carmina, en el libro "Crazy Wacky Theme Restaurants Tokyo" ©2009 La Carmina.

<sup>135</sup> ENG, Lawrence. *Lainspotting: Maid in Akihabara : Episode 1 Review and Analysis*.

<sup>136</sup> Ibid.

neralmente por la cultura otaku masculina, sino que los mismos otaku prefieren los romances de ficción y las fantasías de cafetería, aun cuando saben que nunca llegaran a consumirlas. “El otaku masculino en Japón apenas interactúa íntimamente con mujeres (o no quiere), especialmente si estas mujeres no son también otaku”<sup>136</sup>.

Para algunos otaku las formas más marginales del manga del circuito oficial y las publicaciones *dōjinshi* actúan como una herramienta para cosificar a las mujeres, consagrándolas como heroínas pero, al mismo tiempo, como dulces subordinadas y tiernos objetos sexuales, satisfechas de complacerles. Su pavor patológico a relacionarse con el sexo opuesto choca con su actitud de rechazo frente al estatus de igualdad alcanzado por las mujeres en la sociedad contemporánea, más fuertes e independientes. También contradice su actitud marcadamente machista ante los roles sexuales reflejados en los cómics e historias eróticas que consumen, donde la mujer -privada de toda humanidad - se considera un objeto de placer, subordinada a los deseos del hombre. Muchos de estos otaku son manifiestamente incapaces de iniciar una relación sentimental con una mujer, o de dirigirle la palabra. La problemática principal que plantean este tipo de actitudes es la enorme distancia que se establece entre ambas personalidades: la imagen tímida y temblorosa en la vida real, y el rol dominante como violador

insaciable en los manga pornográficos. “El *yaoi*, el *june-mono*, las parodias eróticas o el *lolicon* expresan la frustración experimentada por los jóvenes, que se ven incapaces de relacionarse con el sexo opuesto (...) dentro del entorno político y cultural presente. Existe, en pocas palabras, una profunda brecha entre las expectativas de hombres y mujeres en el Japón contemporáneo”<sup>137</sup>.

A raíz de los crímenes cometidos por Tsutomu Miyazaki y de los incidentes y sentidas protestas que se sucedieron en los años posteriores, en 1994 la organización del Comiket se posicionaba ante las actitudes más asociales e intransigentes de algunos otaku y fanáticos radicales incluyendo la siguiente leyenda en la solicitud de inscripción al evento, dirigida a los mangakas amateur participantes: “El Comiket no es una sociedad alternativa, es un vehículo orquestado por vosotros, que recapacita sobre su utilidad en la sociedad. Se ha vuelto totalmente necesario para todos nosotros buscar la aceptación social”<sup>138</sup>.

Al margen de los círculos más radicales, constituidos mayoritariamente por individuos taciturnos y herméticos, muchos otaku buscan pareja entre otras personas que compartan sus mismas aficiones, obsesiones e intereses. En los últimos años han proliferado los chats y webs de citas para otaku atraídos por hobbies e inquietudes afines. Curiosamente, y en contra de lo que sucede en

<sup>137</sup> KINSELLA, Sharon. “Amateur Manga Subculture and the Otaku Panic”. *Journal of Japanese Studies*.

<sup>138</sup> *Ibid.*

otros estratos sociales, los intereses comunes entre los aficionados de ambos sexos motiva el que muchos varones traten como iguales, con respeto y tolerancia, a sus homólogas femeninas, de un modo que en nada se asemeja a los roles machistas - como las actitudes misóginas o la cosificación de la mujer - con los que en ocasiones se identifica a este colectivo. "Si bien fomenta una mayor aceptación de determinadas comunidades que existen al margen de la sociedad en general, esta historia de amor, al final, propugna la conformidad en lugar de otros modelos de matrimonio y familia"<sup>139</sup>.

En los párrafos anteriores se ha aludido de manera recurrente al *otaku* exclusivamente masculino, obviando en cierta medida los comportamientos y actitudes asociados a las mujeres pertenecientes a este colectivo. Esta discriminación responde únicamente a la mayor visibilidad y notoriedad social del *otaku* masculino, tanto por su superioridad porcentual, como por estar vinculado, de un modo mucho más significativo, a los trastornos de personalidad y actitudes herméticas descritas anteriormente. A pesar del gran número de mujeres *mangaka* asistentes al Comiket y otras convenciones de manga amateur, así como participantes en eventos de *cosplay*, donde representan una clara mayoría numérica, su actitud es, a menudo, manifiestamente extrovertida y más vitalista y entusiasta que en el caso de sus homólogos masculinos.

Los *otaku hardcore*, esquivos y radicales en sus planteamientos, pueden ser tanto hombres como mujeres, pero con preocupante frecuencia (al igual que sucede en el caso de los *hikikomori* y otros trastornos obsesivos) la proporción de varones supera ampliamente a la de féminas, de ahí que se generalice respecto a los primeros. Asimismo, como se ha expuesto anteriormente, muchos *otaku* buscan pareja entre los colectivos de personas que comparten sus mismas aficiones. En el caso de las mujeres *otaku*, si inician una relación afectiva, a menudo será con una persona de gustos e intereses afines. Entre otros motivos, porque ello les sitúa en un plano de igualdad respecto a estos varones, escapando de determinadas actitudes tradicionales más machistas que, no obstante, todavía perviven en el sustrato laboral nipón. En último extremo, algunas mujeres *otaku*, más radicales, adoptan un rol asexual, pero prescindiendo por completo de las parafilias fantásticas con las que se identifican a los *otaku* masculinos.

<sup>139</sup> FREEDMAN, Alisa. Op. cit.

FANDOM NACIONAL  
E INTERNACIONAL.  
CONVENCIONES,  
COSPLAY Y FANSUBS  
A TRAVÉS DE INTERNET.

to de la industria que permanece estancada desde hace décadas, y es uno de los pocos sectores editoriales donde se espera un crecimiento sostenido en los próximos años.

461

En las últimas dos décadas, a raíz del boom de la cultura pop japonesa en occidente, se ha multiplicado el número de aficionados al manga, en especial en Estados Unidos, Europa y Latinoamérica<sup>140</sup>. El manga ha conseguido seducir a una nueva generación de lectores, más jóvenes, a menudo amantes de las nuevas tecnologías, y familiarizados con muchas de las convenciones y lenguajes empleados en las historias ilustradas niponas. En diferentes países europeos, independientemente del nivel de desarrollo de la industria nacional del cómic, la implantación del manga ha sido muy rápida y exitosa, superando ampliamente las cifras de ventas de otro tipo de historietas, y con grandes perspectivas de crecimiento. En la actualidad, el manga aglutina la mayoría de las ventas de cómic en Francia, Italia, Alemania y España, y continúan aumentando cada año. En Estados Unidos, que siempre ha tenido una potente industria nacional de cómic, el dominio comercial del manga no es tan evidente, en especial por el gran interés que aún generan en este país las franquicias de superhéroes de reconocidas editoriales como Marvel Comics o DC. No obstante, las cifras de venta del manga aumentan cada año a un ritmo espectacular, frente al res-

La clave del éxito comercial del manga estriba, en gran medida, en su capacidad para cautivar a una generación de nuevos consumidores, a menudo desconocedores del cómic que tradicionalmente se vendía en décadas anteriores, y que han adoptado con pasión este medio, reinventándose como un nuevo colectivo a imagen de los otaku japoneses.

Al igual que sucedió con la cultura popular norteamericana en el siglo XX, Japón ha exportado la imagen del aficionado al manga, el otaku, al resto del mundo. No obstante, el aficionado estadounidense o europeo ha asimilado este rol adoptando las peculiaridades intrínsecas a la cultura occidental, alejándose por completo de la idea del individuo asocial y taciturno que pervive en Japón, ofreciendo al mundo una imagen más entusiasta y colorista. A diferencia del otaku nipón, de apariencia anodina y poca notabilidad social, los autoproclamados *otaku* occidentales constituyen un colectivo de aficionados muy enérgico - herético, en cierta medida, dada la ininteligibilidad de algunos códigos y clichés empleados - con un fuerte sentimiento grupal, orgulloso de su condición y visible en el seno de la sociedad, gracias a las convenciones, los

<sup>140</sup> El mercado asiático (en especial China, Corea e India) ha crecido en la última década. No obstante, a pesar de su cercanía geográfica, durante años se limitaron las importaciones de manga y anime, en gran medida por condicionantes políticos e históricos. El mercado coreano crece a buen ritmo desde comienzos del presente siglo, al tiempo que aumenta el número de aficionados. En el caso de los otros dos países, este desarrollo es menos visible. No obstante, dada la consolidación del manga en occidente, todo parece indicar que Asia experimentará un mayor desarrollo comercial en las próximas décadas.



disfraces *cosplay* y la imagen general que proyectan, en una continua revisión e interpretación de la cultura pop japonesa.

*“En apenas la primera década de este siglo, los términos anime, manga y otaku han pasado a formar parte del lenguaje habitual de los medios norteamericanos, sin necesidad de aclaraciones o definiciones entre paréntesis. Convenciones de manga y anime se celebran prácticamente cada fin de semana en diferentes lugares de EEUU”<sup>141</sup>.*

En los últimos años ha crecido exponencialmente el número de eventos de este tipo organizados en ciudades de Europa y Estados Unidos, a imagen del Comiket (celebrado en los meses de agosto y diciembre en Tokyo) y otras convenciones oficiadas en diferentes localidades japonesas. La fórmula organizativa de los encuentros nipones refleja su particular idiosincrasia y la percepción que se tiene del aficionado al manganime en el

conjunto de la sociedad. Las ferias celebradas en los países occidentales distan mucho del espíritu original del salón organizado en Japón, concebido como un escaparate de la ingente producción de cómic amateur *dôjinshi* del país, así como de actividades adyacentes organizadas por diferentes empresas pertenecientes al entramado editorial.

En occidente, estos encuentros no tienen un carácter tan comercial como las convenciones japonesas, asociadas al *dôjinshi*, sino que se entienden como jornadas de aproximación y disfrute de la cultura pop japonesa por medio de diferentes actividades. Asimismo, este tipo de salones suelen estar ligados a la publicación de manga en los círculos comerciales legales, a través de los respectivos importadores nacionales. Las propias editoriales especializadas en manga dan a conocer - en función de la importancia relativa de la feria - las grandes novedades editoriales, los futuros lanzamientos

35\_ El grupo japonés Morning Musume en el Anime Expo 2009 ©D.Shaw / Morning Musume.

<sup>141</sup> KELTS, Roland. Op. cit. p.69.



de productos de renombre, o la adquisición de los derechos de distribución de las últimas series de éxito en Japón. A menudo se hace coincidir el lanzamiento comercial de una nueva publicación con los salones de mayor importancia nacional. Además, la participación de aficionados y colectivos de fanáticos del manga y el anime juega un papel importante en la organización y desarrollo de este tipo de jornadas. Frente a este proceder, los eventos japoneses suelen tener un carácter más privado que no implique la exhibición pública. En occidente, junto a los stands oficiales suelen desarrollarse todo tipo de actividades colectivas, que exhortan al público a participar y a integrarse en la familia de aficionados del manga y el anime. Este tipo de actividades incluyen talleres y salas de debate, proyecciones de anime, concursos de karaoke y cosplay, actuaciones musicales o recreaciones escenificando pasajes de sus historias favoritas (fig.35).

La importancia de estos eventos, por volumen de asistentes, es residual en comparación con las cifras del Comiket. No obstante, algunas ferias de manga celebradas en los últimos años en grandes ciudades estadounidenses están creciendo a un ritmo espectacular, congregando a miles de aficionados durante los días que permanece abierto el salón. Convenciones como AX (Anime Expo; fig.36) celebrada en la costa oeste de Estados Unidos, nacida a comienzos de la década de 1990, o el Otakon, celebrado en la costa Este (1994) aglutinan a varias decenas de miles de visitantes, con una distribución étnica, por sexos y por edades equilibrada y representativa de todos los espectros multiraciales de la sociedad estadounidense.

La convención de cómic y productos derivados más importante de España es el Salón del Cómic de Barcelona, que se celebra en esa ciudad con periodicidad anual desde el año

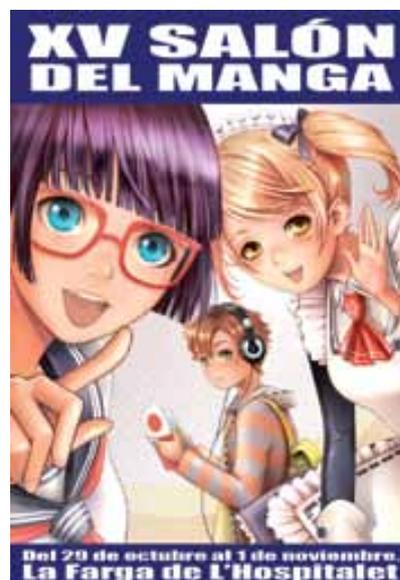
1981. Tanto por la afluencia de visitantes, como por el número de stands y los importantes lanzamientos editoriales que tienen lugar, esta feria constituye la principal referencia del medio en nuestro país. Organizado por Ficomic<sup>142</sup>, el Salón del Manga de Barcelona nació en el año 1995, a imagen del Salón del Cómic de la misma ciudad, para constituirse como una referencia de la historieta nipona, centrado específicamente en el manga, el anime y la cultura pop japonesa. En la actualidad es la feria de manga más importante de España. En la convención celebrada en el año 2007 se alcanzó una cifra récord de visitantes para un evento destinado en exclusiva al manga, superior a sesenta y cinco mil asistentes.

Tras la exitosa celebración de unas jornadas en abril de 1995, a finales de ese mismo año se inauguró el I Salón del Manga de Barcelona en la Estación de Francia de la Ciudad Condal (fig.37). Apenas dos años después, debido a la gran afluencia de público y al espectacular crecimiento del Salón, fue necesario su traslado al recinto ferial de La Farga de L'Hospitalet de Llobregat, para dar cabida al gran número de asistentes y stands editoriales. Desde entonces, ha venido celebrándose en esta ciudad con periodicidad anual. La XIV edición, oficiada en el año 2008, recibió más de sesenta mil visitantes y agrupó cerca de ciento cuarenta expositores. Junto a los numerosos stands presentes en la muestra, se or-

ganizan multitud de actividades diferentes, como proyecciones, mesas redondas y foros de debate, o campeonatos de karaoke y cosplay. Asimismo, se celebran anualmente en España muchas otras convenciones, con mayor o menor repercusión, en Madrid, Jerez de la Frontera, Valencia, Granada, etc.

De algún modo, estos otaku - entendido el término en su acepción occidental - se alejan por completo de la imagen asocial y radical exhibida por parte de algunos fanáticos japoneses. En vez de encerrarse en un mundo de fantasía a imagen de las historias manga, los aficionados europeos y norteamericanos reivindican su papel como colectivo, creando páginas de masivo seguimiento con decenas de miles de visitantes diarios o promoviendo el desarrollo de salones de manga y jornadas acerca de la cultura japonesa, generando una reacción en cadena que, en ocasiones, puede llegar a coordinar a cientos de personas. Los otaku occidentales acuden en grupos a convenciones, reuniones de *cosplay* y ferias de cómic, como una moderna tribu urbana de inspiración pop japonesa, ataviados con los trajes y armaduras de sus héroes de ficción favoritos. Lejos de perpetuar el tenebroso imaginario del otaku aislado y asocial, estos forofos entusiastas hacen de la colectividad una de las características más notables del *fandom*<sup>143</sup> occidental, alentando el espíritu de pertenencia.

37\_Cartel del XV Salón del Manga de Barcelona  
©Eva Lara / Ficomic.



<sup>142</sup> Ficomic es una entidad sin ánimo de lucro, dirigida a la promoción y difusión del cómic. Esta entidad es la responsable de organizar el Salón Internacional del Cómic de Barcelona y el Salón del Manga de Barcelona.a

<sup>143</sup> Voz popular que sirve para designar a un colectivo de aficionados con un interés común. Es un acrónimo resultante de la unión de los vocablos ingleses *Fan* y *Kingdom*.



38\_Record Guinness de cosplayers (2009).

Al igual que sucede con las ferias de manga y anime, el *cosplay*, aun siendo de naturaleza claramente exhibicionista tanto en Japón como en Europa o EEUU, mantiene diferencias notables en su manifestación. Las concentraciones occidentales están plagadas de personas de diferentes edades, mimetizadas entre el público, luciendo los trajes e indumentaria de sus personajes de ficción favoritos (fig.38). Acuden disfrazados en grupo o individualmente, a menudo exhortados por la propia organización del evento, y forman parte inseparable de este tipo de concentraciones, retratados innumerables veces por el público asistente o por otros *cosplayers*. Por este motivo, en Japón se regulan este tipo de reuniones, dado el

gran volumen de asistentes y los problemas de organización y riesgo de aglomeraciones que podrían ocasionar. A pesar de la semejanza del planteamiento original, el resultado es claramente opuesto. Quizás el gentío de *cosplayers*, *gothic-lolitas* y diferentes tribus urbanas apostadas en las inmediaciones de la estación de Harajuku, junto al parque de Yoyogi en Tokyo, sea lo más parecido a la fórmula occidental (fig.39).

“El modo en el que los estadounidenses han importado el *cosplay* es revelador, y presenta muchas semejanzas con la aproximación norteamericana al fenómeno del karaoke. En Japón, cantar en un karaoke (que significa literalmente ‘orquesta

vacía') se realiza en privado. (...) El tamaño de la habitación, la proximidad de los que rodean a uno, y la disposición de los participantes a quedar en ridículo entre sí conspiran para convertir al karaoke en Japón en una experiencia decididamente íntima. En el karaoke, en EEUU, se canta en un bar enorme, entre extraños, a menudo en pie sobre el escenario, enfrentándose a las mesas y a un público distraído e improvisado. (...) En Estados Unidos, la tierra de los espacios abiertos, uno está en el exterior, actuando para las masas"<sup>144</sup>.

Tanto si se trata del karaoke como de la práctica del *cosplay*, ninguna de estas manifestaciones tiene cabida en un contexto formal típicamente japonés. A menudo, como respuesta a esta limitación, el ciudadano nipón circunscribe ambas exhibiciones a un entorno exclusivamente privado. De este modo, se puede dar rienda suelta a las inquietudes personales, al reflejo mundano del yo interior - que el idioma nipón denomina *honne* - sin entrar en conflicto con la faceta social de todo buen japonés - el yo público o *tatema* - escenificado en la vida cotidiana dentro de los entornos socialmente más restrictivos. De algún modo, la actitud japonesa ante el *cosplay* posibilita liberarse por un rato de las ataduras del *tatema*, dejando salir el *honne* al exterior, sin que ambas facetas de la personalidad nipona entren en conflicto. Lógicamente, en las sociedades occidentales donde ambos extremos aparecen difusos, las

expresiones de lo privado en lo público son más frecuentes y socialmente aceptables, en especial si se hace partícipe a una colectividad de esa catarsis transformadora.

A nivel internacional, los modernos otaku de los países occidentales han desarrollado sus propias iniciativas para difundir el imaginario manga y dar a conocer las nuevas publicaciones y series de anime al resto del mundo. Los *fansub* - acrónimo de la voz inglesa *fan subtitled* - son ediciones subtituladas de películas o series sin la autorización de los propietarios originales de los derechos, realizadas por aficionados y dirigidas igualmente a otros aficionados, bajo la premisa de no buscar la obtención de beneficios con su distribución.

Muchas de las páginas web responsables de la difusión *online* de estos contenidos están constituidas por colectivos de amigos que inician una colaboración semi-profesional en torno a un interés común. Algunos de los integrantes son conocidos en la vida cotidiana, pero muchos otros son inicialmente desconocidos, ocultos bajo un seudónimo o un avatar imaginario, sitios a cientos de kilómetros de distancia, que deciden prestar su apoyo para las tareas de traducción y edición de las series. Al igual que los *circles* de las publicaciones *fanzine* japonesas, estos colectivos trabajan coordinados como una unidad para la distribución de las series de ani-

39



<sup>144</sup> KELTS, Roland. Op. cit. p.148-149.

<sup>145</sup> Acrónimos de las voces inglesas *fan translation* y *scan translation* respectivamente.

me o los manga más populares, subtítulos - en el caso de las series de televisión - o traducidos - conocidos coloquialmente como *fanstlation* o *scanlation*<sup>145</sup> - en ocasiones apenas unas horas después de su lanzamiento en Japón. Estos equipos, que en los primeros años realizaban un trabajo duro a la par que tosco, han ido perfeccionando sus sistemas de edición, y en ocasiones alcanzan resultados excelentes que pueden rivalizar en calidad y acabados con las respectivas ediciones internacionales.

40



Durante años, los aficionados occidentales al manga y el anime se abstuvieron de realizar sus propios *dôjinshi* o *fan-fics*<sup>146</sup>, y en su lugar era habitual la creación de vídeos musicales, utilizando piezas sonoras de sus grupos favoritos y remezclando imágenes de manga y anime a su antojo, a fin de crear sus propias composiciones audiovisuales. En los últimos años, no obstante, esta tendencia se está invirtiendo. Muchos jóvenes occidentales utilizan las páginas web de fansub y otros espacios especializados en Internet para colgar sus ilustraciones y dibujos inspirados en diferentes series de manga y anime, bajo la denominación *fan-art*. Igualmente, los *Fan-fics* y los *dôjinshi* empiezan a ser más frecuentes entre los dibujantes y aficionados.

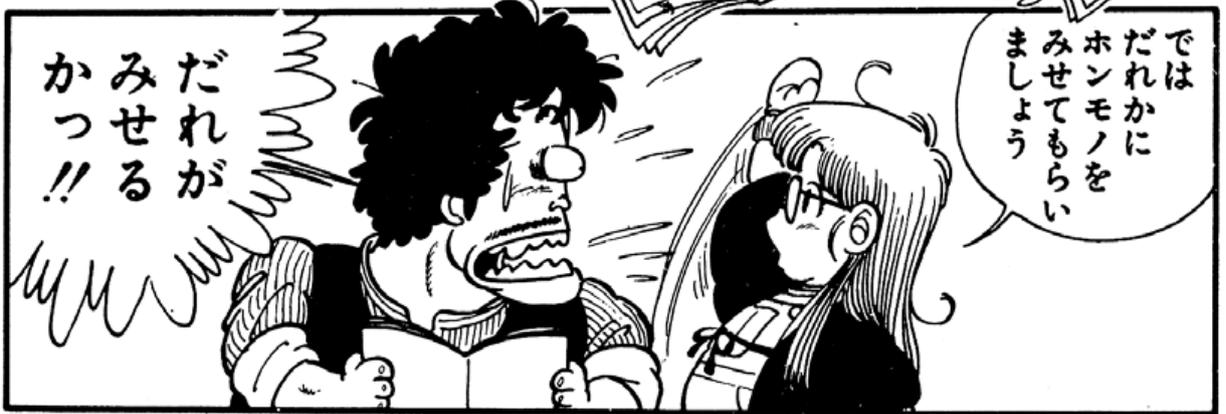
A raíz de la publicación de las primeras series manga de gran éxito en España - como *Akira*, de Katsuhiro Ôtomo, o *Dragon Ball* y *Dr. Slump* (fig.40-41), ambos títulos de Akira Toriyama - aparecieron los primeros *dôjinshi* relevantes realizados por autores nacionales. Desde un primer momento, estos fanzines se caracterizaron por su naturaleza paródica. A diferencia de los *dôjinshi* de temática *aniparo* comercializados en Japón, en España las obras humorísticas inspiradas en historias de manga no remiten necesariamente a una figuración erótica, y suelen caracterizarse por la burla y el humor absurdo. En estas historias predominan los contenidos humorísticos y los dibujos caricaturescos, ridiculi-

<sup>146</sup> *Fan-fic* es la abreviatura de la voz inglesa *fan fiction*. A menudo se emplea para definir los relatos de ficción, realizados por los aficionados a una determinada obra (novela, serie o película), en los que se desarrollan situaciones y arcos narrativos no reflejados en la historia original, aun cuando aluden a personajes, lugares o situaciones descritos en esta.



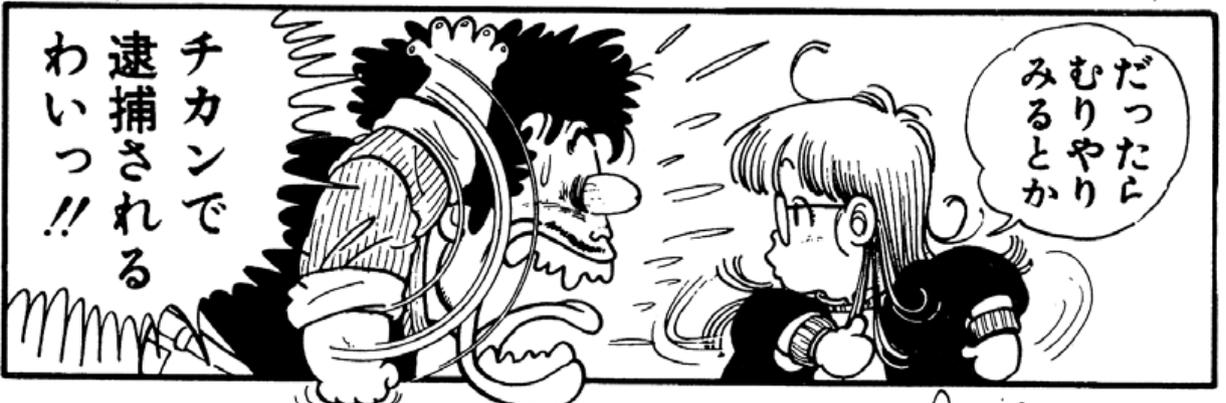
ゆ 唯一の  
資料を  
ムチャクチャ  
しやがる...!

みえないん  
だもん!!  
これ!



だれが  
みせる  
かっ!!

では  
だれかに  
ホンモノを  
みせてもらい  
ましょう



チカンで  
逮捕される  
わいっ!!

だったら  
むりやり  
みるとか



そ そうだ  
お おとこに  
改造して  
やるか?

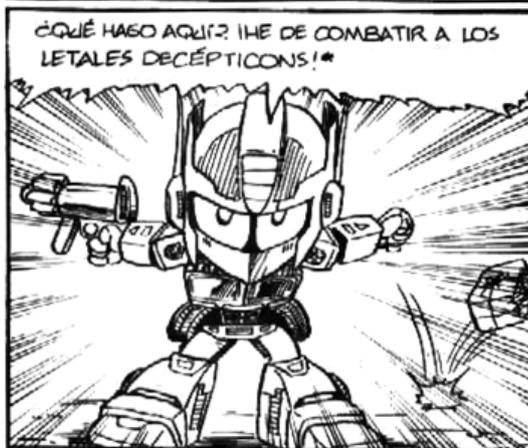
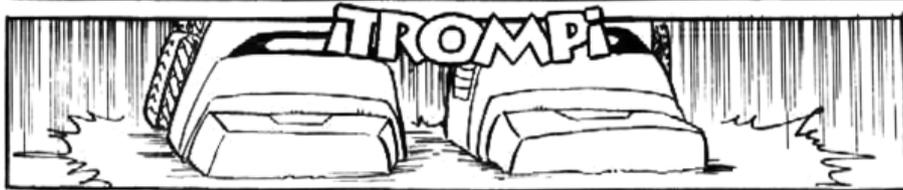
そんなら  
資料が  
あるけど

やっぱ  
ダメ?

?



ほしいっ!!



\*ACENTO DE NEO-CHILIANIA.



¡AJAJAJAJA, HAS PICADO, AHORA SI QUE YA NO PODRAS RESISTIR MI ATAQUE!



¡ESO CREES, PERO HE APRENDIDO DE MI MAESTRO A GUIARME POR INSTINTO, A NO FIARME DE MI VISTA, Y MI MAESTRO ES MU SABIO!

¿NO TE JOE? COMO QUE ES LA FUSIÓN ENTRE YODA Y EL GRAN PITUFO



UTILIZARE MI GOLPE MAS PODEROSO Y JODIENTE, EL DRAGÓN LLAMEANTE. SE TRATA DE UNA TECNICA MUY ARRIESGADA PARA MI, QUE SOLO DEBO UTILIZARLA EN CASOS DESESPERADOS...

... PERO COMO AHORA NO VEO UNA MIERDA Y HE VOY A PERDER EN ESTE SINDIOS DE ESCALERAS, ESTA ES UNA SITUACION DESESPERADA



¡MUY BIEN, INTÉNTALO! SIENTO CURIOSIDAD POR VER QUÉ ERES CAPAZ DE HACER...



¡YA TÓCABA!, ¿EH, TÍAS?

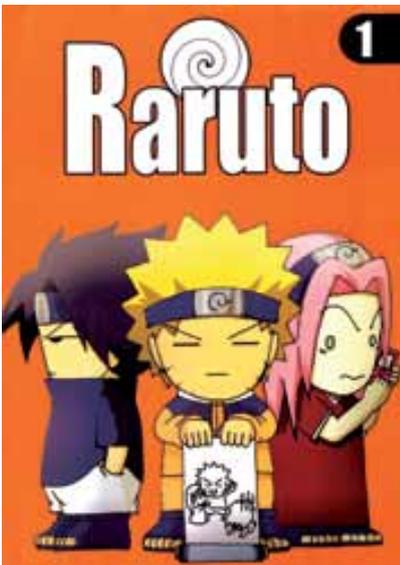
zando a los personajes, nombres y situaciones de las obras originales, a menudo - y en opinión de los propios autores - como homenaje a las series en las que se inspiran.

Entre los títulos más célebres de esta vertiente paródica del *dōjinshi* nacional destacan *Dragon Fall*, obra de Nacho Fernández y Álvaro López, que ridiculiza el universo de *Dragon Ball* (fig.42). Nacho Fernández también participó en el desarrollo de *Los Paladines del Horóscopo* (fig.43), inspirada en la serie *Saint Seiya* (conocida en España por el título *Los Caballeros del Zodíaco*) del mangaka Masami Kurumada. Frente a la trama de *Dragon Fall*, que en las primeras historias se plegaba con bastante rigor al desarrollo argumental de la obra original, *Los Paladines del Horóscopo* planteaba situaciones hilarantes y alocadas en un entorno doméstico cotidiano, en el que se sucedían disparatados diálogos entre los personajes protagonistas. Curiosamente, este tipo de productos se aproximaban bastante a la fórmula comercial del *dōjinshi* japonés. A pesar de ser historias claramente inspiradas en obras originales que estaban siendo comercializadas oficialmente en España, se distribuían con naturalidad bajo diferentes sellos editoriales, con precios asequibles, conviviendo en el mercado con las publicaciones a las que parodiaban.

En los últimos años, fruto del éxito alcanzado en España y a

nivel internacional por el manga *shōnen Naruto*, han aparecido algunas obras de carácter humorístico inspiradas en el cómic original de Masashi Kishimoto. *Haruto*, obra de Sebastian Riera, publicado por la editorial Medea Ediciones, y *Raruto*, creado por Jesús García Ferrer, cuentan en la actualidad con miles de lectores. Jesús García Ferrer, conocido como Jesulink, publicó en Internet el primer número de *Raruto* (fig.44) el 30 de Noviembre del año 2005, para su descarga y distribución gratuita. Dibujado de acuerdo al estilo Super Deformed, caricaturiza las tramas y personajes de *Naruto*. A raíz del éxito alcanzado con esta divertida parodia, se creó el portal *Jasulink.com*, dedicado a divulgar el cómic de *Raruto* y otros proyectos creativos. Con decenas de números publicados, recopilados en varios tomos impresos, *Raruto* ha alcanzado un éxito sin par, acumulando más de ciento setenta y cinco mil descargas del primer número, siendo leído en Estados Unidos y diferentes países de Europa y Latinoamérica, y habiendo sido traducido a varios idiomas entre los que se encuentran el inglés, francés, italiano o chino<sup>147</sup>.

44



<sup>147</sup> Fuente: Jesulink.com. [URL: <<http://jesulink.com/raruto/queesraruto.php>>]



EL MANGA  
EN LA VIDA COTIDIANA.  
INFLUENCIA EN EL DISEÑO E  
IMAGINARIO CONTEMPORÁ-  
NEO JAPONÉS

*“Es difícil que los racimos de pósteres publicitarios con imágenes de manga que penden por parejas de las farolas o se exhiben en la parte central de un vagón de tren o de metro pasen desapercibidos, flotando por encima de su cabeza, revoloteando en el aire que fluye a través de las ventanas abiertas y los ventiladores durante el verano”<sup>148</sup>. (fig.45)*

El sistema ferroviario japonés es un claro reflejo del proceder del pueblo nipón en casi todos los aspectos de la vida diaria. Abarrotados, puntuales, rápidos

y tecnológicamente muy avanzados, tanto el metro como los trenes japoneses son, a pesar del incesante traqueteo y del ir y venir de viajeros, particularmente silenciosos. Si varias personas entablan una conversación, lo hacen en un tono apenas audible y sosegado. Los móviles deben estar apagados o silenciados en todo momento. Una alarma ruidosa o una conversación a viva voz pueden acarrear una mirada de reprimenda por parte del resto del pasaje, ya que ambos comportamientos son considerados incívicos. Se preserva, en la medida de lo posible, el silencio.

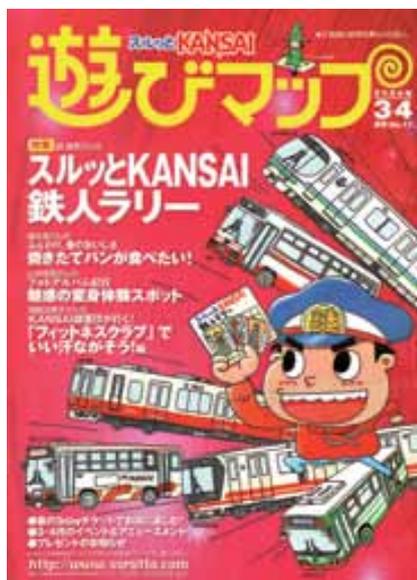
La quietud y el silencio son dos máximas imperantes en el Japón tradicional, desde las representaciones de teatro Noh hasta la filosofía budista zen o los jardi-

<sup>148</sup> GRAVETT, Paul. Op. cit. p. 96.

<sup>149</sup> TANIZAKI, Junichirō. *El Elogio de la Sombra*. p. 49.

nes, cuyo silencio únicamente se ve interrumpido por el agua en un cuidado ejercicio de diseño sensorial. Esta faceta del Japón romántico parece estar en contradicción con las bulliciosas macrourbes, donde se entremezcla el ruido de la multitud, los motores de los coches y la música de las tiendas. No obstante, en muchos casos, la llegada de la noche y la negrura de las sombras dotan a Tokyo y otras grandes ciudades japonesas de una quietud de la que carecen las metrópolis occidentales. Aun dentro del caos inherente a toda gran ciudad, el silencio es una directriz fundamental. En cierto modo, es posible que la noche tokyota y sus sombríos callejones, iluminados parcialmente por el flash parpadeante de los anuncios de neón y la luz de una solitaria farola, encierren parte de aquel misterio al que se refería Tanizaki. “El aire en esos lugares encierra una espesura de silencio, en esa oscuridad reina una serenidad eternamente inalterable. En definitiva, cuando los occidentales hablan de los ‘misterios de Oriente’, es muy posible que con ello se refieran a esa calma algo inquietante que genera la sombra cuando posee esa cualidad”<sup>149</sup>.

46



Muchos directores de las grandes editoriales todavía publicitan los semanarios de manga y el lanzamiento comercial de nuevas historias en los vagones de los trenes de cercanías y en el metro, conscientes de que entre los millones de pasajeros que atestan estos medios de trans-

porte se haya gran parte de su público objetivo. Las elevadas tarifas de las viviendas de alquiler en el corazón de Tokyo, y el costoso mantenimiento de un coche en el centro de la ciudad - que obliga a ser propietario de una plaza de garaje - fuerza a muchos trabajadores, residentes en la periferia de las grandes ciudades, a desplazarse diariamente desde sus hogares hasta sus puestos de trabajo (fig.46). Más de treinta millones de personas viajan cada día desde las zonas residenciales de las afueras hasta los distritos más céntricos de Tokyo, recorriendo decenas o cientos de kilómetros y trayectos de más de dos horas. En este hecho radica, en buena medida, la importancia del manga y el singular maridaje que se estableció con este tipo de trabajadores, que encuentran en este soporte un medio para evadirse durante los cansinos trayectos en tren. Al estar inmersos en la historia y concentrados en los diálogos, se genera una ilusión de privacidad respecto al resto de pasajeros, en unos vagones abarrotados y a menudo llenos por encima de su capacidad.

Hasta la década de 1970 en Japón era habitual trabajar seis días a la semana a jornada completa. En esa época fue cuando el manga destinado a un público adulto experimentó su mayor crecimiento, achacable en gran medida a tres motivos fundamentales. Por una parte, porque se dirigía a un público consolidado, que había sido lector habitual de manga durante su infancia.

Asimismo, esta generación de nuevos trabajadores, pioneros de un Japón inmerso en un proceso de conversión en superpotencia, encontraban en el manga un medio para evadirse durante los largos trayectos en tren y metro. Por último, hay que pensar que este grupo de asalariados, sin grandes expectativas personales o profesionales, hallaba en estas emocionantes historias un modo de rebelarse, de manera ficticia, contra la resignación vital a la que - de algún modo - parecían estar dirigidos. "La vida familiar, escolar y laboral de los japoneses está regida por estrictas nociones inspiradas en el respeto por las jerarquías. La actividad solitaria que implica la lectura de manga permite a su público olvidarse de las formalidades y rutinas diarias, al menos de forma experimental, con el fin de disfrutar de los sentidos y de una mayor libertad de pensamiento"<sup>150</sup>.

Durante décadas, y hasta la profunda crisis económica sufrida por Japón a comienzos de los años noventa, la vida de un japonés medio no deparaba grandes sorpresas o sobresaltos. Debía aplicarse en los estudios para lograr las mejores puntuaciones, y tras finalizar la formación universitaria, entraría inmediatamente a trabajar en una gran corporación o empresa, en la cual permanecería el resto de su vida, e iría medrando hasta alcanzar un puesto de responsabilidad bien remunerado en su madurez.

El derrumbe de la burbuja financiera e inmobiliaria en la década de 1990 transformó este panorama por completo, invirtiendo, en muchos aspectos, el sistema de creencias y valores laborales que los japoneses habían interiorizado durante medio siglo. Estudiar durante los años de juventud y aplicarse con dureza ya no garantizaba un puesto de trabajo de por vida y una trayectoria profesional ascendente. Algunos empleados de mayor edad empezaban a ver con sorpresa como los jóvenes tiburones adquirirían puestos de responsabilidad que antaño hubiesen ocupado ellos. Los valores laborales y los valores tradicionales que inculcaban el respeto hacia las personas mayores en Japón estaban entrando en conflicto. Ante este panorama, los guerreros, los ladrones y rebeldes de las historias manga que en décadas anteriores ejemplificaban un nuevo estilo de vida imposible para la mayoría de los japoneses, empezaban a materializarse en la sociedad nipona de los noventa. Las historias de libertad y rebeldía que hacían soñar a toda una generación de proletarios con una vida mejor tomaban cuerpo a raíz de la nueva situación económica. Algunos jóvenes trabajadores comenzaban a cuestionarse su calidad de vida frente al deber para con la empresa, a imagen y semejanza de los revolucionarios héroes del papel.

Dentro de la propia sociedad japonesa, los nacidos con anterioridad o durante los años de la

<sup>150</sup> GRAVETT, Paul. Op. cit. p. 13.

<sup>151</sup> KINSELLA, Sharon. *Adult Manga: Pro-establishment Pop-culture and New Politics in the 1990's; Media, Culture and Society*.

II Guerra Mundial no entienden porqué sus hijos, ahora convertidos en padres de sus respectivos niños, todavía continúan leyendo manga. Muchos de los principales detractores del manga dentro del país se ubican en esta franja de edad. El grueso de los lectores maduros de la actualidad se corresponde con los individuos de la generación del baby boom nacidos durante los años del desarrollismo tecnológico y económico de Japón, que habían disfrutado durante su etapa escolar con las publicaciones de manga infantil en las décadas de 1960 y 1970. Este colectivo fue denominado por los medios de comunicación nipones como “la nueva generación”, por sus planteamientos radicalmente opuestos a la ética del trabajo imperante en la generación de sus padres, cuestionando las prioridades respecto al ocio y al empleo que años atrás parecían pilares fundamentales de la sociedad japonesa. Esta “Nueva Generación” estaba compuesta en su mayoría por treintañeros, que empezaron a copar puestos de importancia dentro de las empresas a finales de la década de 1970 y en los años ochenta.

Actualmente existe una nueva generación de emprendedores, jóvenes en su treintena, que a pesar de la crisis ocasionada por la burbuja económica en la década de 1990 se lucraron enormemente gracias a las nuevas empresas en el sector de las tecnologías de la información y las telecomunicaciones. En muchos aspectos, estos jóvenes se ale-

jan por completo de la imagen del trabajador devoto y leal a la empresa de décadas anteriores, y en su defecto buscan una mayor satisfacción personal. Para ellos, la vida laboral debe ser un medio para conseguirlo, no un fin. Estos brillantes emprendedores se muestran receptivos ante las ofertas laborales de otras empresas, lo que antaño hubiese sido impensable, y medran económicamente en el Japón de la teleinformación.

Hasta hace unos pocos años, la norma que regía las vidas de los empleados japoneses se podía resumir en la máxima “todo por la empresa”. Frente a la exaltación del individualismo propugnada desde otras grandes naciones capitalistas, el modelo tradicional japonés siempre ha privilegiado la visión de conjunto, favoreciendo la marcha de la nación, el bien colectivo, y el desarrollo de la empresa frente a la satisfacción personal del individuo. “En una sociedad industrial avanzada en la que el volumen de la información, la cultura y la atención intelectual se centraron en la ideología nacional, en la psicología nacional, en la organización empresarial, en la tecnología y en la estética, y donde se ha prescindido de cualquier interés serio en personas reales y en la creación contemporánea, la cultura manga supuso una vuelta de tuerca a la hora de comunicar nuevas actitudes y hacer frente a cuestiones subjetivas. La atención en el cómo se sentía la gente, le proporcionó al manga un valor humanista involuntario”<sup>151</sup>.

La gran libertad narrativa imperante en el manga - más evidente en las creaciones alternativas, publicaciones *underground* y en los *dôjinshi*, que en otras piezas más convencionales del circuito oficial - tiene su razón de ser en la férrea sociedad japonesa que lo alimenta. Desde sus orígenes, el manga se ha empleado como instrumento vehicular de aproximación, debate o controversia ante ciertas cuestiones que preocupan a la ciudadanía. En el contexto de una sociedad recatada y pacífica, el manga ofrece más sexo, violencia y contenidos escatológicos que cualquier cómic occidental. Los japoneses, a través del manga, reviven situaciones o fantasías que serían del todo imposibles en la vida cotidiana, no sólo por su contenido erótico o agresivo, sino porque van más allá de los códigos de censura que se autoimponen en el día a día. "En muchas sociedades en las que existe opresión, se origina en contrapartida una creatividad extraordinaria y subversiva. Inmersos en todo un ritual de decoro con un código perfectamente regulado que implica desde la forma de bostezar hasta el tono empleado en los distintos tipos de relaciones sociales, los japoneses tienden a enfocar las cuestiones religiosas y morales con pragmatismo y tolerancia. Esto supone un marcado contraste con respecto al 'liberado' occidente. En comparación con los europeos y los norteamericanos, los japoneses generalmente muestran actitudes mucho más laxas en relación con las representaciones

del sexo y las funciones fisiológicas del cuerpo"<sup>152</sup>.

No obstante, a pesar de esta flexibilidad en los contenidos de las historias - ya sean violentos, eróticos o políticamente incorrectos - el manga también influye en determinados sectores socialmente más amables, ligados a actuaciones y organismos gubernamentales, grandes corporaciones o en el marco educativo e infantil. En Japón "las representaciones de personajes animados son ubicuas"<sup>153</sup>. El manga está presente en todas las facetas de la realidad cotidiana japonesa, desde la publicidad, los bienes y objetos de consumo, los manuales de instrucciones, los símbolos regionales o las imágenes y mascotas corporativas. Casi todas las prefecturas de Japón ostentan una mascota manga como representante. Denominadas *Yuru-chara*<sup>154</sup> (fig.47), estos personajes de estilo manga suelen caracterizarse por respetar las convenciones formales más habituales en el medio, y por ilustrar esa imagen adorable y tierna tan característica que los japoneses han dado en denominar *kawaii*. En otro país moderno este tipo de actitudes podrían parecer ridículas, pero no en Japón, donde forman parte de



47\_Hikonyan, mascota del castillo de Hikone.

<sup>153</sup> KELTS, Roland. Op. cit. p.207.

<sup>154</sup> *Yuru-chara* es la voz resultante de la contracción de los términos *yurui*, que significa relajado u ocioso, y *chara*, apócope del vocablo inglés character. Estrictamente podrían definirse como personajes relajantes o amables.

la realidad de cada día. La propia religión primitiva de Japón, el sintoísmo, de carácter politeísta y animista, parece invitar a este tipo de representaciones.

El estilo *kawaii*, íntimamente ligado al imaginario manga, ha definido la evolución de la moda y el diseño pop japonés desde principios de la década de 1980. En un entorno tan competitivo como el mercado nipón, la identificación de un nuevo producto con el concepto *kawaii* constituye una garantía de éxito comercial. Si un objeto adquiere el estatus de *kawaii* entre el público, con seguridad obtendrá unas buenas cifras de ventas. No obstante, aun cuando la fórmula parece sencilla, resulta difícil acertar con un producto concreto porque no existen unos atributos plenamente reconocibles y de aplicación inmediata que conviertan a un objeto de uso doméstico, a un personaje de ficción, o una prenda de ropa en *kawaii*. En la actualidad, cualquier *gadget* electrónico, mascota o camiseta pasarán desapercibidas, a menos que arranquen del consumidor la expresión "*kawaii*".

En occidente la transcripción del término es confusa y ambigua, porque si bien existen palabras o expresiones que recogen con menor o mayor precisión el significado del vocablo, carecen de los matices que impregnan la voz japonesa y que son, en el fondo, lo que la hacen tan característica. En inglés podría traducirse como *cute*, y vendría a equivaler a "mono" o "entra-

ñable" en el idioma castellano. Además, connota en diferente medida los siguientes atributos: inocente, lindo, adorable, infantil, tierno, frágil, inexperto o vulnerable. "Se ha descrito con acierto como infantil y delicado al tiempo que hermoso"<sup>155</sup>. Entre los círculos de aficionados al manga y el anime, o a la cultura japonesa en general, la voz nipona *kawaii* se emplea tal cual. A pesar de la flexibilidad del término, tradicionalmente se ha asociado a la estética característica del manga y el anime. El estilo *kawaii* no remite necesariamente a esta estética, pero se alimenta de ella en menor o mayor medida, de sus clichés y de ciertos estereotipos presentes - de manera recurrente - en ambos medios. Es un sentido más amplio, el término *kawaii* no sólo define un estilo, sino también una actitud, el carácter y comportamiento de una persona, o su aspecto físico.

*Kawaii* es una voz de moderna aplicación derivada de un término original, más primitivo, que manifestaba timidez o vergüenza. Dependiendo de su uso y acepción, podía connotar vulnerabilidad y patetismo. El significado actual del término *kawaii* es, no obstante, de reciente introducción, y data de finales de la década de 1970 o comienzos de los años ochenta. "De hecho, el significado moderno de la palabra *kawaii* aún tiene algunos matices de 'compasible', mientras que el término *kawaisô*, que deriva directamente de *kawaii*, significa patético, pobre y lamen-

<sup>155</sup> YAMANE, Kazuma; en: KINSELLA, Sharon. "Cuties in Japan". *Women Media and Consumption in Japan*.

table en un sentido generalmente negativo, no agradable”<sup>156</sup>.

En Japón, el término *kawaii* se utiliza habitualmente y con naturalidad en las conversaciones cotidianas. Al igual que sucede con otras coletillas, frases hechas y neologismos empleados en el castellano o el inglés, su rápida implantación en el argot coloquial motivó su integración como parte perenne del idioma. Su mayor difusión y uso en la lengua japonesa coincidió con el apogeo y máximo esplendor de la moda *kawaii*, a comienzos de la década de 1990.

El origen de la moda *kawaii* se sitúa en la primera mitad de la década de 1970, cuando un original estilo de escritura - que respondía a las principales características del término - se generalizó de forma masiva entre las adolescentes y estudiantes jóvenes. Siglos atrás, el sistema silábico *hiragana* había nacido como una escritura simplificada para mujeres y gente humilde desconocedores de la elaborada escritura china, que empleaba ideogramas *kanji*. El sistema *hiragana* se utilizó por primera vez en la redacción de la obra *Genji Monogatari*, atribuida a una dama de la realeza en la corte de la Emperatriz. Al igual que entonces, el estilo de escritura *kawaii* nació y se difundió entre las chicas jóvenes, a modo de lenguaje secreto. La escritura *kawaii* destacaba por su sencillez, dada la ausencia de ideogramas propios de la escritura adulta, pero a su vez constituía

una sistema complejo al desplazar el sentido de escritura, pasando de la redacción vertical original, a un orden de lectura de izquierda a derecha similar al empleado en occidente. Asimismo, las jóvenes introducían términos y expresiones en inglés y francés, entremezclados con las frases en *hiragana* y *katakana*, y pequeños dibujos e imatipos, precursores de los emoticonos informáticos y de los mensajes sms de los teléfonos móviles. La escritura *kawaii* se extendió de forma masiva entre las adolescentes niponas, y a mediados de la década de 1980 más de cinco millones de jóvenes utilizaban regularmente este sistema de redacción. Muchos colegios, universidades y centros de enseñanza tuvieron que prohibir tajantemente su uso en el entorno académico. “La moda *kawaii* no se originó en los medios audiovisuales. (...) Comenzó como una moda literaria *underground* entre un colectivo de gente joven que desarrolló el hábito de escribirse cartas de estilo infantil”<sup>157</sup>.

Frente al estilo tradicional japonés - derivado de la caligrafía con pincel, y donde la pulsión y modulación del trazo es fundamental - estas chicas buscaban una escritura frágil, con trazos muy finos, redondeada y suave, pero a la vez más aséptica y menos tosca, próxima a los caracteres informáticos. “El nuevo estilo se escribía lateralmente, preferentemente utilizando un portaminas que permitiese un trazo muy fino. Empleaba tipos extremadamente estilizadas y re-

<sup>156</sup> Ibid.

<sup>157</sup> Ibid.



48

dondeadas con expresiones en inglés, en *katakana* y pequeños dibujos como corazones, estrellas y caras insertadas al azar en los textos. (...) El nuevo estilo de escritura se denominó con multitud de expresiones como *marui-ji* (escritura redondeada), *koneko-ji* (escritura 'cachorro'), *manga-ji* (escritura manga) y *burikko-ji* (escritura falsamente infantil). A lo largo de la década de 1980, revistas, cómics, anuncios, *packaging* y procesadores de texto (Macintosh) adoptaron el nuevo estilo"<sup>158</sup>.

No obstante, el desarrollo del concepto *kawaii*, desde un estilo de escritura hasta constituir una compleja subcultura urbana, continúa siendo confuso. En un lapso breve de apenas unos años, un término empleado inicialmente para designar a un sistema caligráfico infantil evolucionó hasta definir una estética genuina. Para algunos autores, el auge del fenómeno *kawaii* se desencadenó a raíz del éxito de los *gatitos nameneko* (fig.48) a comienzos de los años ochenta.

Estos gatos aparecieron en diferentes medios de comunicación vestidos como los miembros de las peligrosas bandas *boso-zoku*<sup>159</sup>, y a pesar de lo ridículo del atuendo, arrancaron las risas y el cariño del grueso de la sociedad.

Fiel al más puro pastiche, bajo la denominación *kawaii* se amontonan una amalgama de estilos, reveladores de la naturaleza posmoderna que impregna el movimiento desde sus orígenes. En las décadas siguientes a su concepción inicial, la voz nipona se empleaba genéricamente para definir a un batiburrillo de formas musicales, elementos culturales o recursos visuales de diferentes tribus y movimientos urbanos de los años setenta, ochenta y noventa. Acorde con su dimensión posmoderna, el estilo *kawaii* estaba impregnado de ecos y reminiscencias de multitud de imaginarios propios de otros estilos, apoderándose de sus recursos formales, pero desposeyéndolos por completo de cualquier ideología. "Tanto es

<sup>158</sup> Ibid.

<sup>159</sup> Pandillas y bandas de motoristas.

así que la moda *kawaii* original se convirtió en un estilo o una estética base que entremezclaba muchas otras modas más específicas y transitorias, como las modas *preppy*, *punk*, *skater*, *folk*, afroamericana y francesa. La moda *kawaii* fue evolucionando de manera gradual desde el romanticismo serio, infantil y rosa de principios de la década de 1980 hacia un estilo más humorístico, kitsch y andrógino que permaneció hasta comienzos de los años noventa<sup>160</sup>. La moda *kawaii* consolidó una idea de la juventud japonesa, que todavía pervive en la imagen que se tiene de esta generación en las sociedades occidentales.

*“Michael Jackson japoneses perfectos, sin un solo pelo fuera de sitio, y punk rockers con un aspecto tan meticulosamente cuidado que alcanzan una lustrada hiperrealidad. (...) Parecía haber traído con él cierta cualidad luminosa, una luz muy distinta de las sombras y los tonos dorados del ryokan, más parecida a la iluminación blanca, casi alucinógena, de un centro comercial de Tokio. Literalmente, el chico brillaba”*<sup>161</sup>.

En la década de los ochenta, el fervor popular existente en torno a la moda *kawaii* se interpretó como una reacción ante la impositiva sociedad japonesa. Para algunos sociólogos nipones, el imaginario infantil se idealizó como respuesta al universo proforma de los adultos, dando como resultado el estilo *kawaii*. Adoptando elementos e imáge-

nes de la simbología infantil, los jóvenes japoneses negaban las responsabilidades y exigencias de su vida profesional adulta, al tiempo que condenaban la férrea sociedad nipona en la que se hallaban inmersos. “Al igual que Disney ofrecía una visión romántica de la naturaleza frente a la sociedad industrial, la moda *kawaii* japonesa enfrentaba la infancia a la vida adulta. (...) La moda *kawaii* idealiza la infancia porque se interpreta como un espacio de libertad individual inalcanzable en la sociedad”<sup>162</sup>.

Esta tendencia a la infantilización, tipificada por distintos autores japoneses, se ha manifestado con rasgos diferentes desde los años siguientes a la II Guerra Mundial y hasta la actualidad. En cierto modo, este rechazo del mundo adulto también subyace bajo la personalidad esquiva del otaku. A pesar de la distancia existente entre el carácter histriónico y extravagante de la moda *kawaii* y el temperamento huraño y asocial del otaku, ambos desórdenes tienen su origen en el retraso en la incorporación al entorno social y laboral adulto. Tanto el fanático colorista de la moda *kawaii* como el otaku obsesivo responden al arquetipo de personalidad de la Gente en Moratoria (Moratorium Ningen), expuesto con anterioridad, del sociólogo Keigo Okonogi.

A pesar de lo ambiguo del término, un gran número de investigadores coinciden en afirmar que un objeto *kawaii* ha



50

<sup>160</sup> KINSELLA, Sharon. “Cuties in Japan”. *Women Media and Consumption in Japan*.

<sup>161</sup> CAREY, Peter. Op. cit. p. 31

<sup>162</sup> KINSELLA, Sharon. *Japanization of European Youth*.



49\_Pichon-kun, mascota de la multinacional japonesa Daikin.

de ser suave y esponjoso, de formas redondeadas y colores pastel, con un diseño reducido y adorable, y con multitud de pequeños adornos y abalorios decorativos. Para muchos de ellos, además, debe responder a la imagen que en Japón se tiene de Europa o de Estados Unidos. Un diseño *kawaii* ha de tener vocación internacional, aun cuando parezca dirigido exclusivamente al singular mercado japonés, a menudo el único receptor de estos modernos objetos *kitsch*. Muchas prefecturas niponas, instituciones, centros educativos y empresas poseen sus propias mascotas corporativas (fig.49) de acuerdo a este mismo estilo *kawaii*, aunque en occidente pueda parecer inmaduro o disparatado. Un personaje *kawaii* no sólo debe ser visualmente atractivo, sino también tierno y frágil, de formas suaves y redondeadas, cabeza grande y ojos sinceros, asexuado y sin estridencias o connotaciones agresivas. Muchos de los famosos personajes de la franquicia Pokemon, de la corporación Nintendo, responden a este imaginario (fig.50).

51



La gatita Hello Kitty (fig.51) de la multinacional Sanrio, es el paradigma de un personaje de diseño *kawaii*. "Personas de todas partes del mundo encuentran a Hello Kitty adorable. Kitty les atrae como lo haría un bebé o un cachorrito. Pero para algunos la única forma de entender lo que los japoneses quieren decir con '*kawaii*' (mono o adorable) es

analizarlo con palabras. Descubrí esa falta de comprensión intuitiva de la cultura japonesa pop cuando estuve viviendo en Estados Unidos"<sup>163</sup>. La multinacional Sanrio, auténtica especialista en el desarrollo y comercialización de personajes *kawaii*, creó la franquicia Hello Kitty en 1974. Dada la buena acogida de los primeros productos en los primeros años, se lanzaron multitud de nuevas propuestas que incluían ilustraciones de la gatita blanca. Sin embargo, a finales de la década de 1970 la popularidad empezó a decrecer. Los aficionados y consumidores se quejaban del estatismo del personaje, que resultaba satisfactorio visualmente como logotipo o imagen corporativa, pero no transmitía calidez y vivacidad. A comienzos de la década de 1980, Yuko Yamaguchi comenzó a rediseñar completamente el personaje, adaptándolo a los cánones del estilo *kawaii*, más acordes con las exigencias y observaciones del público. "Kitty fue una manifestación de la moda, no un juguete: representó el encanto dentro de la moda. Los niños que pensaron que Kitty era mona se convirtieron en adultos y siguieron pensando lo mismo. También las actitudes sociales japonesas evolucionaron, permitiendo que los adultos se dejaran cautivar con cualquier cosa que ellos decidieran que era mona"<sup>164</sup>.

Del mismo modo, en lo referente a la ropa y accesorios para las personas, la moda *kawaii* conserva muchas de las caracterís-

<sup>163</sup> MURAKAMI, Takashi. "El estilo *kawaii* marca la moda". *El mundo de las cosas monas o kawaii*. NIPPONIA No. 40.

<sup>164</sup> KAZUYUKI, Obata. "Kawaii, ¿cuál es su significado profundo?". *El mundo de las cosas monas o kawaii*. NIPPONIA No. 40.

ticas presentes en los objetos y personajes antes descritos: indumentaria de aspecto y reminiscencias infantiles que ofrecen una imagen añorada de la persona, o prendas de colores pastel - preferentemente rosa en el caso de las mujeres - con multitud de adornos y perifollos como lazos, encajes o flores. A finales de la década de 1980, los varones comenzaron a imitar y adoptar actitudes propias del comportamiento infantil o dejes y expresiones más femeninas. En el cénit del movimiento *kawaii*, el estilo se volvió más andrógino y unisex, pero prescindiendo de connotaciones eróticas o sexuales de cualquier tipo. Asimismo, el sentimiento de infantilización impregnaba todos los elementos de la vida cotidiana, incluido el lenguaje, las poses y expresiones corporales, e incluso la personalidad. Llevados por la moda *kawaii* en las décadas de 1980 y 1990, los jóvenes rechazaban las bebidas y alimentos tradicionalmente asociados con los adultos, como el café o el alcohol, y en su lugar se multiplicaron las cafeterías donde se degustaban pasteles y tartas, evidenciando la preferencia por los sabores dulces.

En cierto modo, la evolución experimentada por la moda *kawaii* se debe a su integración como parte de la cultura pop y a la influencia permanente del lenguaje del manga y el anime a lo largo de las últimas tres décadas. En este período de tiempo, el singular maridaje que se estableció entre la moda *kawaii* y

algunas manifestaciones ligadas a la subcultura del manganime, como el cosplay o la estética lolita, fortaleció la hibridación entre ambos movimientos. La influencia del manga en el conjunto de la sociedad nipona es tal, que la estética intrínseca a la ecléctica cultura pop japonesa - a sus ciudades de neón, a su moda colorista y estrafalaria, a los automóviles de ciencia-ficción y las arquitecturas futuristas e imposibles - se ha dado en llamar genéricamente "estética manga".

Tal como se sugirió con anterioridad, la gran ventaja comercial de Japón y "lo japonés" estriba en su fisicidad. Frente a otros productos de fantasía y ciencia-ficción, u otros universos de imaginación como los mundos de *Star Wars*, *El señor de los Anillos* o *Harry Potter*, las fascinantes historias narradas en los manga se desarrollan en Japón, un país real que se puede visitar y conocer. Frente a la experiencia virtual de las novelas y películas de fantasía, Japón encierra una experiencia sensorial plena; un mundo que condensa y ejemplifica todas las características definidas vagamente como estética manga.

Los críticos y analistas de todo el mundo se muestran incapaces de precisar qué es exactamente la estética manga, o qué particularidades debe tener un objeto, un edificio o una persona para ser calificado como tal. Al contrario de lo que sucede con la estética *kawaii*, que reúne unos atributos ambiguos pero reco-

nocibles, la estética manga no se define por características tipificables precisas, sino por una impresión incierta que impregna el objeto o la persona designada, en la que se percibe dicha cualidad. En último extremo, la estética manga responde a una visión personal de cada individuo, utilizada a menudo como un comodín recurrente para definir aquellos elementos de la cultura japonesa que, a priori, puedan parecer indefinibles.

En la última década la presencia internacional del manga se ha multiplicado, en tanto que exponente de la cultura japonesa contemporánea. Asimismo, han aumentado los esfuerzos del gobierno nipón por difundir el manga como instrumento de comunicación a nivel planetario, al tiempo que impulsa su desarrollo como parte de una estrategia para fortalecer la propiedad intelectual en Japón, frente al paradigma de décadas anteriores que priorizaba un sistema comercial basado en la producción de bienes de consumo. En la actualidad, el manga pasa por ser uno de los principales activos culturales de Japón.

La percepción que se tiene del manga en el seno de la sociedad nipona ha cambiado y se ha ido implantando progresivamente en la enseñanza, tanto por su importancia cultural e histórica, como por su capacidad comunicadora y didáctica. No obstante, hasta mediados de la primera década del siglo XXI no existía una escuela superior universita-

ria dedicada a esta disciplina. La profesión de *mangaka*, a la vez que puramente vocacional, era una carrera solitaria, dura y de voluntad autodidacta.

Sin embargo, en abril del año 2006, la Universidad Seika de Kioto inauguró un nuevo grado universitario dedicado por entero al manga y la animación, que se sumaba - dentro de su dilatada experiencia en el ámbito de las humanidades - a otras titulaciones como bellas artes, diseño e historia del arte. En cierto modo, la nueva Facultad de manga surgió de la escisión de los departamentos de Ilustración y cómic existentes anteriormente en la Facultad de Arte de la misma universidad, a la que se sumaron nuevas especialidades en historia y producción del manga, así como en animación.

Con esta iniciativa de la Universidad Seika, y por primera vez en la historia moderna de Japón, se pone en marcha un proyecto educativo superior, de gran envergadura, dirigido a la formación de profesionales del manga. Hasta ahora, la fórmula más parecida se circunscribía a los talleres, pequeñas escuelas y estudios dirigidos a menudo por figuras reconocidas del manga japonés. A esto se sumaban otras iniciativas - concursos y certámenes de diversa índole - propuestas desde las propias editoriales. Esta fórmula, no obstante, establecía una dura criba que impedía que muchos jóvenes japoneses pudiesen madurar sus habilidades antes



en una enseñanza reglada, tal como pone de manifiesto la propia universidad: “*El manga y el anime japonés se han consolidado como nuevas y dinámicas formas de arte, y constituyen un foco de atención para el mundo entero. A pesar de su gran popularidad, hasta hace poco era imposible estudiar ambos medios de un modo sistemático y jerarquizado*”<sup>165</sup>. Al mismo tiempo, la Facultad de Kioto reivindica el manga como una parte fundamental de la sociedad japonesa y un eslabón imprescindible en el papel que la cultura nipona pretende desempeñar en este siglo.

52 de iniciar su vida laboral como dibujantes profesionales.

Al igual que sucede con las generaciones de *mangakas* más jóvenes, así como en los círculos de *dōjinshi* asistentes al Comiket y otras convenciones, el reparto de alumnos por sexos es claramente desigual, y destaca el gran número de mujeres matriculadas en esta nueva facultad. Esta dinámica está en clara consonancia con la evolución demográfica de los eventos mencionados anteriormente, y es un reflejo del rol cambiante de la mujer en la sociedad nipona contemporánea. Atendiendo a los datos ofrecidos por la Universidad Seika, en mayo del año 2009 estaban matriculadas el doble de mujeres que de varones en este grado universitario.

La importancia de esta facultad de manga estriba en la conversión de una disciplina gremial

Tan significativo como el nacimiento de esta nueva Facultad es, si cabe, la puesta en marcha del *Kioto International Manga Museum* (Museo Internacional del Manga de Kioto; fig.52), gestionado desde la propia Universidad Seika en colaboración con el ayuntamiento de la ciudad. Dentro del museo, por su importancia futura en el estudio e investigación del manga, destaca el *Manga Research Center* - un departamento de investigación adherido al mismo - donde alumnos, miembros de la Universidad Seika de Kioto e investigadores extranjeros invitados disponen de material bibliográfico de consulta. La colección actual del museo, gestionada por la Universidad Seika, asciende a más de trescientos mil volúmenes, muchos de los cuales proceden de donaciones de empresas y particulares (fig.53). La mayoría de estos artículos corresponden a diferentes publi-

<sup>165</sup> KSU - Kioto Seika University (en línea; [12/12/2009]. URL: <[http://www.kyoto-seika.ac.jp/eng/3\\_manga/manga.htm](http://www.kyoto-seika.ac.jp/eng/3_manga/manga.htm)>)



caciones de manga en japonés, pero el museo también alberga un importante fondo compuesto por títulos editados en el extranjero, así como obras maestras y valiosos originales dirigidos a la investigación.

inauguración a comienzos del año 2015, dirigida al estudio académico del manga. La futura Biblioteca Internacional del Manga de Tokyo pretende albergar la mayor colección de cómic japonés del mundo, compuesta por más de dos millones de volúmenes, diseños e ilustraciones de películas de anime, así como otros elementos relacionados con esta y otras industrias adyacentes.



Entre los numerosos objetivos marcados por el comité gestor del museo se encuentran el de potenciar una nueva modalidad de turismo en la ciudad de Kioto, atrayendo a jóvenes extranjeros interesados en la cultura pop japonesa, o el de generar un nuevo epicentro de la industria del manga en torno a la región de Kansai. Gracias a las elevadas cifras de visitantes, el museo se posiciona como un ejemplo a seguir por otras ciudades y prefecturas japonesas (fig.54).

En ese sentido, la Universidad Meiji de Tokyo ya ha manifestado su intención de crear una gran biblioteca, que tiene prevista su

El anterior Gobierno, capitaneado por el primer Ministro Tarô Asô, ya había manifestado su intención de construir un gran museo dedicado a la ilustración nipona y a la cultura popular en Tokyo, para lo cual tenía pensado invertir más de ciento veinte millones de dólares. Sin embargo, la política de recortes y contención del gasto público iniciada por el nuevo ejecutivo tras las elecciones de agosto de 2009, han suspendido indefinidamente

la realización de este ambicioso proyecto.

SEXO Y VIOLENCIA EN JAPÓN. PERCEPCIÓN DE LAS DEFORMACIONES DEL MANGA EN LA SOCIEDAD.

La propia construcción geográfica de Japón define su carácter como nación y como cultura, aislado en un archipiélago de reducido tamaño en el que convive una enorme población. Su temperamento ordenado ha posibilitado su supervivencia, que de otro modo no sería posible. Los siglos de luchas intestinas devinieron en una paz relativa, marcada por la férrea disciplina y el respeto de las normas en lo social, lo moral y lo cultural. A pesar de los acontecimientos históricos y de los sucesivos cambios de regímenes, el carácter nacional de Japón a permanecido fiel a estos valores.

A menudo, los colectivos más conservadores arremeten contra el manga achacándole su extrema violencia y los contenidos sexistas y misóginos presentes en algunas obras, en especial en las historias pornográficas destinadas a un público adulto. Asimismo, todavía pervive en algunos sectores se la ciudadanía occidental la creencia de que el sexo y la violencia desmedida colman todas las historias del manga con independencia del público al que puedan ir origi-

nalmente dirigidas. "La reacción sensacionalista y equívoca por parte de numerosas reseñas occidentales a este tipo de títulos ha generado la errónea opinión de que el sexo inunda el manga"<sup>166</sup>. Entre algunas agrupaciones de padres, analistas y libreros locales, muy críticos con la rápida implantación del manga en los mercados editoriales europeo y americano, se ha extendido la idea de que todas las historias del manga se prodigan en contenidos de gran crueldad o erotismo. No obstante, la cosificación de la mujer como objeto de deseo en las publicaciones eróticas no es un fenómeno restringido en exclusiva al manga. Toda la industria pornográfica perpetúa este estereotipo, a través de relatos, fotografías y vídeos porno, que inundan los mercados eróticos europeo y norteamericano. Las críticas contra el manga no radican tanto en la naturaleza de los contenidos, como en el medio que los distribuye. Para las comunidades occidentales el cómic - o la animación - siempre han sido medios dirigidos en exclusiva a un público infantil.

No obstante, gracias al tratamiento serio y el enfoque adulto que se le da a muchas de estas historias, el manga ha conseguido conquistar a un nuevo público, más maduro, que demanda contenidos más profundos y analíticos, y tramas y guiones más sesudos. En estas historias el sexo o la violencia no juegan un papel primordial, sino que contribuyen a dotar de mayor

<sup>166</sup> GRAVETT, Paul. Op. cit. p. 99.

<sup>167</sup> Ibid.

realismo a las mismas, aproximándolas a la realidad cotidiana de los lectores. “Historias amenas, bien contadas y llenas de humor para adultos, abarcando todo un abanico de géneros y estilos, sin remilgos a la hora de tratar temas como el sexo y la violencia, rara vez de forma gratuita”<sup>167</sup>. El material explícito se reserva en exclusiva a editoriales especializadas en publicaciones eróticas, de menor tirada y difusión, circulación limitada y pobre distribución, o a las ediciones fanzine de los autores de *dōjinshi*.

La actitud laxa y permisiva del manga respecto a la representación de ciertos contenidos que chocan frontalmente con la moralidad occidental, como el sexo o las funciones fisiológicas, se ha juzgado con dureza desde occidente, en especial desde los sectores más conservadores de Estados Unidos y la vieja Europa. No obstante, esta aparente laxitud - a menudo revestida de humorismo - viene definida por condicionantes intrínsecos a la cultura nipona. Por una parte, surge como respuesta ante la rigidez de la sociedad japonesa, extremadamente reguladora; por otra, por la ausencia en el sustrato de la ciudadanía nipona de la tradición religiosa occidental, propensa a demonizar este tipo de contenidos. “El manga ha prevalecido durante tanto tiempo porque siempre ha sido escaparate para la tolerancia, y la ha llevado al ámbito del arte popular en Japón”<sup>168</sup>. En occidente siempre se ha tenido una

percepción errónea del manga como un medio de comunicación de historias exclusivamente infantil, al igual que sucede con el cómic y la animación. Sin embargo, sus raíces - arraigadas en las manifestaciones artísticas populares de la Era Tokugawa - ponen de manifiesto que el manga se ha caracterizado por ofrecer una visión crítica de la sociedad de cada época, independientemente del tema que aborde en las historias. “Para muchos occidentales el manga transmite ante todo violencia, erotismo y horror. No obstante, esta tendencia, que no es nueva, solo representa una parte de la producción. Estos manga se inscriben en la tradición pictórica de la época Edo, cuando los maestros de la estampa dibujaban *Shunga* (estampas eróticas)”<sup>169</sup>.

A pesar de los códigos y clichés connaturales a la cultura japonesa que inundan los distintos relatos del manga, estos tienen vocación universal. Dado que la cultura contemporánea nipona surge de la hibridación entre su propia tradición y las influencias culturales occidentales, parece lógico pensar que estas historias, a un nivel basal, remiten a un sustrato común. Hoy en día, el manga constituye un medio de unificación, capaz de superar las trabas impuestas desde los sectores más herméticos de diferentes sociedades. “El manga puede comprenderse y aceptarse en todas partes. Hace posible que la gente se divierta y comparta un mismo placer”<sup>170</sup>.

<sup>168</sup> Ibid. p. 101.

<sup>169</sup> KOYAMA-RICHARD, Brigitte. Op. cit. p. 161.

<sup>170</sup> Matsumoto Leiji en el curso de una entrevista, en: Ibid. p. 202.

El creciente impacto del manga en los mercados editoriales europeo y norteamericano ha provocado la aparición de voces críticas entre algunos artistas y empresarios nativos, que acusan a las distribuidoras de emplear una estrategia comercial muy agresiva y saturar un mercado moribundo. No obstante, en opinión de otros librereros, el manga apela a un público diferente del consumidor habitual de cómic, y atrae a una nueva generación de lectores que hasta ahora no manifestaban ningún interés en este tipo de publicaciones. Jacques Glénat, director de la importante editorial Glénat, afirmó respecto a este presupuesto: *“Los jóvenes que están en edad de consumir cómics prestan más atención a la televisión y los videojuegos. Con el manga y sus rápidos relatos, podemos volver a ganarnos al público adolescente. Y si alguien está en contra, personalmente le diré que prefiero ver a un niño haciendo cola en una tienda de manga que en otra de videojuegos”*<sup>171</sup>.

En ocasiones también se tiende a asociar el manga con una actitud sexista y misógina, deudora del papel secundario que la mujer ha venido desempeñando tradicionalmente y durante siglos en Japón. Sin embargo, por su proximidad a la cultura popular y su capacidad para llegar a todos los sectores de la población, el manga es uno de los medios que más ha luchado y aportado para mejorar el estatus de la mujer en el Japón del siglo

XXI. Frente a los provectos cánones y roles que arrastraba, el manga ha contribuido a cambiar la visión que se tiene de la mujer, ofreciendo en su lugar una imagen fuerte y decidida de esta, equivalente a sus homólogos varones. Este cambio de actitud se pone de manifiesto en las propias mangakas, cuyas protagonistas encarnan estos valores, así como en la consecución de su propio sueño profesional en una industria de dominio históricamente masculino. Por desgracia, la imagen de la mujer ofrecida en otros manga también ha ayudado a consagrar estereotipos negativos. Algunos jóvenes tienden a deshumanizar a las mujeres, adoptando un ideal de sumisión propio de las historias eróticas y pornográficas.

En la actualidad, más del sesenta por ciento de las autoras asistentes a convenciones de *dôjinshi* son mujeres. A pesar de la superior importancia del mercado masculino por cifras de ventas, el manga *shôjo* para chicas ha influenciado a los restantes géneros de tal modo que muchas de las características gráficas y narrativas que hoy en día se identifican con el cómic manga se deben en exclusiva a esta categoría. Incluso en lo referente al mercado exclusivamente masculino, capitalizado por las publicaciones *shônen* y *seinen* de mayor tirada, las vanguardistas historias de las mangakas femeninas gozan de un éxito considerable, compitiendo en igualdad de condiciones con otros autores varones. Durante

<sup>171</sup> GLÉNAT, Jacques; en GRAVETT, Paul. Op. cit. p. 155.

décadas, la exclusión de la mujer del mercado laboral, en especial de los puestos de responsabilidad dentro de las grandes empresas, motivó su marginación social y su reclusión al ámbito doméstico, de acuerdo con los roles más conservadores de la tradición familiar nipona. Sin embargo, en la actualidad la cultura pop japonesa reivindica a la mujer como el nuevo icono del siglo XXI, privilegiando las historias de heroínas fuertes y decididas, frente al estereotipo de mujer frágil y dependiente de décadas anteriores. Las mujeres se constituyen como representantes de la cultura pop nipona y, en consecuencia, como símbolos del Japón contemporáneo.

Probablemente, las chicas jóvenes son quienes mejor representan la faceta dual de Japón, que se debate entre la tradición milenaria de su férrea sociedad y la vertiginosa evolución de la cultura pop contemporánea. En la actualidad, están oprimidas como cualquier otro joven nipón por la rigidez de un sistema educativo muy duro y exigente, pero al mismo tiempo por su condición de mujeres en una sociedad patriarcal que todavía conserva muchas de las imposiciones machistas de siglos pasados. La sociedad japonesa se haya inmersa en una carrera vertiginosa hacia delante, movida por ese extraño sentimiento de ultramodernidad que los nipones tan bien han sabido adoptar. La instantaneidad y el masivo intercambio de información son sólo dos de las máximas posmoder-



55

nas que se evidencian en la realidad contemporánea del país.

A pesar de que la comunidad otaku sigue estando constituida mayoritariamente por varones, el vínculo entre las mujeres y el manga se ha fortalecido enormemente en las últimas tres décadas. En este tiempo no sólo se ha multiplicado el número de chicas que ejercen como *mangakas* profesionales, o de círculos de dibujantes amateur (que ya agrupan la mayoría de los expositores del *Comiket*), sino también de *cosplayers*, *gothic-lolitas*, *rockers* y otras modernas tribus urbanas de mayoría femenina. Aun sin existir una relación directa entre estas subculturas y la estética manga, es evidente que se nutren de muchos de los arquetipos y referentes visuales de este imaginario. Las jóvenes *gothic-lolitas* (fig.55) son mensajeras en todo el mundo del movimiento pop japonés, reclutadas por el propio Ejecutivo en su intento por promocionar la cul-



tura nipona en el extranjero. Al mismo tiempo, son el más claro exponente del ideal sexual de la sociedad japonesa contemporánea.

Las jóvenes *gothic-lolitas* reivindican esa némesis entre tradición y modernidad, esa fricción casi tectónica entre dos mundos en constante roce, que recuerda que bajo los paisajes de ensueño, de seda y flor de cerezo, habita igualmente una realidad hermética y fugaz. Las lolitas, *cosplayers*, chicas vestidas con estética punk o *kawaii*, y diferentes tribus urbanas que cada domingo se reúnen sobre el puente de Harajuku en Tokyo remiten inequívocamente - al tiempo que enfrentan - a ese Japón de tradición, de carmín y alcoba, de flores y sauces.

Formalmente, los integrantes de estos movimientos se encuentran en las antípodas del otaku. Frente a la imagen sombría y anodina de este último,

las gothic-lolitas y los cosplayers llaman la atención a cada paso que dan, contagiados por un decorativismo extremo. Vestidos con atuendos que en ocasiones rozan lo estrafalario, ofrecen una faceta más amable y extrovertida que el otaku, aunque no por ello menos problemática. En cierto modo, son los habitantes del mundo moderno, a medio camino entre la moda de rabiosa actualidad y la última subcultura urbana.

Las jóvenes muchachas participan sin ninguna vergüenza o rubor en estas reuniones colectivas, como si de un manifiesto público se tratase, reivindicando la validez, originalidad y unicidad de su propuesta vital. No obstante, no deja de resultar curiosa la dicotomía que plantean, teniendo en cuenta la singular idiosincrasia japonesa y su tradicional gusto por el recato y la privacidad. Por una parte, se entiende este gesto público y deliberadamente exhibicionista como un acto de primigenia rebeldía, contra sus padres y familia, contra la latente misoginia de la sociedad machista en la que viven, y contra lo convencional y socialmente aceptado. Por otro lado, destaca la catarsis que sufren con esta dramatización de fin de semana: liberadas durante unas horas de la pesada carga del rigor japonés, se recrean en un histrionismo festivo, carnavalesco, donde los límites entre provocación, juego y erotismo se diluyen. Son niñas situadas a medio camino entre la representación del kabuki y el manga,

iconos de un erotismo de cómic y ciencia-ficción (fig.56).

Evidentemente, y al contrario de lo que sucedía con las mujeres de los *bigin-ga* del ukiyo-e, damas de pago, cortesanas o algunas geishas del período Edo, estas jóvenes no son prostitutas. No obstante, es inevitable pensar en el latente erotismo de las *gothic-lolitas* japonesas, viéndolas rodeadas de hombres de mediana edad agolpándose para fotografiarlas o posar junto a ellas. Sobre el puente de Harajuku se hace patente su faceta como cliché sexual y su velada e infantil sensualidad. Al mismo tiempo, se evidencia su papel como estamento más débil de una sociedad japonesa moderna pero todavía llena de pequeños prejuicios hacia las mujeres jóvenes, y su rol como iconos del imaginario urbano del siglo XXI, consagrándolas como brillantes retratos de una sociedad y cultura tan fascinante como contradictoria.

Tal como sucedía con los ukiyo-e del período Edo, estas jóvenes terminan por adquirir valor como objeto contemplativo para muchos *salariman* (hombres de negocios y oficinistas), varones maduros que participan de estas fantasías irrealizables. Sin embargo, lejos de consumir cualquier tipo de relación sexual, a menudo lo interpretan como un amor cortés, casto y de ensueño. Estos “romances” vienen propiciados, en parte, por la tradicional idealización del icono erótico de la mujer-niña, así como el

perenne fetichismo manifestado por la sociedad masculina nipona hacia los uniformes escolares de las adolescentes, perpetuados constantemente en los estereotipos femeninos de algunos personajes de manga o anime. Al mismo tiempo, preocupa la generalización en las últimas décadas de nuevas actitudes sexuales entre las jóvenes japonesas, en un país donde el idioma recoge palabras como *panchira* (ver la bragas de una joven cuando se suben las escaleras o están sentadas en los vagones del metro), *burusera* (venta de ropa interior usada de adolescentes) o *enjo-kôsai*: citas con hombres maduros a cambio de dinero o regalos, que pueden ir desde simples paseos de la mano, a comidas románticas y esporádicos episodios sexuales. La barrera es terriblemente difusa, en un mundo que tolera estas relaciones pero castiga el abuso, y donde las jóvenes comercian no por hambre o necesidad, sino por un capricho de última moda y por artículos de marca.

Existe cierta laxitud por parte de las autoridades japonesas respecto a este tipo de actividades, que si bien se persiguen legalmente, se multiplicaron en la década de 1990. La mayoría de intercambios sexuales con adolescentes se realizan de mutuo acuerdo, y los casos de violaciones y abusos son menos numerosos que en Estados Unidos y Europa. Japón destaca entre las naciones desarrolladas por su bajo índice de crimina-

lidad. “En cuanto a la violencia expresada en ciertos mangas, tan denostada en Occidente, no refleja en absoluto la vida diaria: Japón es uno de los países más seguros del mundo. Como una especie de válvula de escape, el manga permite a sus lectores liberar el estrés y satisfacer sus fantasías”<sup>172</sup>.

Las grandes tiendas destinadas a satisfacer el mercado otaku, situadas en Akihabara, suelen ocupar varias plantas de un edificio, destinando cada una de ellas a una actividad y afición diferente. A menudo, los sótanos o las plantas más altas se encuentran destinadas a la venta de *dôjinshi*, cómics de segunda mano y productos eróticos, como publicaciones impresas, revistas pornográficas, semanarios con altas dosis de sexo o películas x. En ocasiones, la tienda de estos establecimientos también sirve para la compra-venta de ropa interior femenina, o para el intercambio de prendas entre las chicas y los clientes, actuando los responsables de la tienda como mediadores en la transacción.

*Burusera* (fig.57) es la respuesta japonesa comercial e institucionalizada (aun cuando se desarrolle en la semi-clandestinidad) a la parafilia consistente en la atracción por las prendas de ropa interior femenina. El término sirve para definir tanto las tiendas y comercios donde se exhiben y se venden estos artículos, como para referirse al fetichismo en sí. Las tiendas, que en mu-

chos aspectos no se diferencian de cualquier otro establecimiento normal, actúan como intermediarios entre los clientes y las jóvenes que venden sus bragas u otros artículos de ropa íntima. Los clientes y compradores suelen ser hombres de negocios u oficinistas maduros que hallan placer y estimulación sexual con el olor y el contacto de este tipo de prendas usadas.

El negocio comenzó a popularizarse a comienzos de la década de 1980, como un medio rápido y eficaz para las jóvenes estudiantes de conseguir dinero fácil con un mínimo esfuerzo. Paradójicamente, la gran mayoría de estas jóvenes pertenecen a una clase social acomodada, y no suelen vender su ropa por necesidad, sino para satisfacer pequeños caprichos consumistas, como comprar prendas de marcas de lujo o el último *gadget* tecnológico del mercado.

El término *burusera* es un acrónimo fruto de la unión de dos vocablos. *Buru* es el apócope del término *buruma*, que resulta a su vez de la transcripción fonética al idioma japonés de la voz inglesa *bloomer*, y que designa a los pequeños pantalones gimnásticos que las estudiantes japonesas suelen utilizar para las actividades deportivas. En un sentido más amplio denota *braga* o *culote*. *Sera* es un apócope de la voz japonesa *serafuku*, resultante, al igual que el término anterior, de la unión de dos palabras: *sera*, transcripción fonética de la palabra inglesa *sailor*;



57

<sup>172</sup> KOYAMA-RICHARD, Brigitte. Op. cit. p. 162.

y *fuku*, que en japonés significa ropa. El término *serafuku* alude a los sailor-suits, locución inglesa empleada para referirse a los característicos trajes de marinera que visten como uniforme escolar las colegialas en Japón, y que forman parte del vestuario erótico tradicional nipón.

En estas tiendas no sólo se comercializan bragas y otras prendas interiores, sino todo tipo de vestuario, como los citados uniformes escolares, que pueden superar los mil euros dependiendo de las condiciones de venta. Normalmente este tipo de prendas se suelen comercializar junto con una foto de la propietaria, a menudo mostrando las bragas objeto de la transacción. Para su venta no sólo se valora la belleza de la chica, sino los restos de olor corporal en la prenda o marcas de su uso. Las bragas se suelen conservar en paquetes de plástico, perfectamente embaladas, a fin de preservar su esencia.

A finales de la década de 1990, El Gobierno Metropolitano de Tokyo promulgó una ordenanza que prohibía la venta de este tipo de prendas por parte de las chicas menores de edad (fig.58), así como cualquier actividad y establecimiento que fomentase esta clase de negocios. Al mismo tiempo, inició una enérgica campaña publicitaria para concienciar a las jóvenes y a los compradores de estas prendas de que se trataba de una actividad criminal castigada con fuertes multas. El Gobierno de Tokyo era cons-

ciente de que debía atajar con rapidez este tipo de actividades, pues podía desembocar en la aparición de un mercado sumergido del sexo y un foco de delincuencia. El principal problema estribaba en la facilidad con la que estas jóvenes, menores de edad, daban el siguiente paso y comenzaban a prostituirse u ofrecer servicios de compañía para varones a cambio de sumas más elevadas de dinero. Al igual que sucedía con el negocio del burusera, estas adolescentes no ofrecían sus favores sexuales por una necesidad económica, sino como un medio fácil de obtener dinero para caprichos.

Por desgracia, la iniciativa del Gobierno tokyota no sólo no erradicó este tipo de negocios, sino que los sumió en un estado de clandestinidad que dificultó el poder controlar sus actividades. Frente a los establecimientos de antaño, la generalización de los teléfonos móviles y la masiva difusión de Internet desplazaron este mercado desde las tiendas físicas a nuevos espacios virtuales en la red, y promovieron el intercambio directo con el comprador tras negociar un encuentro a través del teléfono. En algunos casos, las jóvenes proceden a quitarse la ropa interior delante de los clientes, para posteriormente entregársela a estos en mano, o pactan nuevas citas e intercambios sexuales.

Paradójicamente, uno de los aspectos más contradictorios de la sociedad japonesa contemporánea es la gran permisividad y

58



aceptación de este tipo de actitudes abiertamente sexuales, así como otras parafilias, entre el grueso de la población nipona. La mercantilización del sexo en Japón choca frontalmente con dos realidades cotidianas: por una parte, la ausencia de restricciones morales en el marco de la puritana sociedad nipona, que regula firmemente la desnudez y la exhibición de cualquier contenido de carácter sexual; por otra, destaca la creciente abstención de relaciones sexuales en los matrimonios japoneses. La laxitud japonesa respecto al sexo resulta contradictoria en una sociedad cada vez más deshumanizada en la que las relaciones personales se sustituyen por simulacros y experiencias virtuales. No obstante, ante este panorama, cobra sentido el auge de la prostitución y el comercio sexual, en tanto en cuanto se prescinde de lazos afectivos y se limita a una transacción comercial.

A pesar del conservadurismo imperante, numerosos varones de mediana edad contemplan con naturalidad la posibilidad de mantener relaciones extramatrimoniales esporádicas, o sostener una relación con una amante. Al mismo tiempo, existe un abismo moral entre algunas actividades consideradas legales - como las fotografías de menores en ropa interior, el uso sexista de las adolescentes *gothic-lolitas*, la masiva difusión del subgénero erótico *lolicon*, o los fetichismos retratados en el manga - y el estricto sistema jurídico, que



pena la desnudez pública o la exhibición de cualquier material susceptible de ser considerado obsceno. En Japón, la importante industria del sexo está regida por unos valores y unos prejuicios totalmente distintos a los occidentales. Para muchos hombres, pagar por mantener relaciones sexuales con una prostituta es algo aceptado con normalidad, entendido como un mero divertimento.

59

<sup>173</sup> TAKAHASHI, Junko. "Crisis sexual en el país del sol naciente". *El Mundo - Crónica*. p.11.

<sup>174</sup> *Ibid.*

Frente a la idea de que el sexo inunda Japón, diferentes encuestas y estudios realizados a lo largo de la última década ponen de manifiesto la creciente ausencia de relaciones sexuales entre los matrimonios japoneses. En la mayoría de los casos, la convivencia en pareja se sucede con total normalidad, salvo por la ausencia de cualquier interacción sexual. Si bien el matrimonio permanece como institución familiar por excelencia en Japón, en los últimos años los esposos renuncian *motu proprio* al deber conyugal.

“La socióloga Yuko Kawanishi, de la Universidad Gakugei, identifica la causa de la abstinencia sexual en el anquilosado sistema familiar: La expectativa del matrimonio es muy diferente respecto a Occidente. Aquí también existe la cultura del amor, pero fuera del matrimonio. Casarse suele ser sólo un medio de formar una familia y tener hijos”<sup>173</sup> (fig.59). De acuerdo a un estudio dirigido en el año 2006 por la Asociación de Planificación familiar de Japón, junto con el Ministerio de Salud, la cifra de parejas casadas que se abstienen de mantener encuentros sexuales roza el treinta y cinco por ciento, y ha aumentado en los últimos años.

Esta crisis sexual amenaza con deteriorar aun más la baja tasa de natalidad japonesa, cuyos índices están muy alejados de los valores necesarios para la regeneración social del país. De acuerdo con un informe mundial llevado a cabo por la multina-

cional de preservativos Durex, publicado en el año 2008 y donde participaron veintiséis países de todo el mundo, la frecuencia anual de las relaciones sexuales de los ciudadanos japoneses es inferior a la mitad de la media internacional. En el caso de los varones, la principal causa para la ausencia de relaciones sexuales en el matrimonio se atribuye al exceso de trabajo, con jornadas laborales maratónicas y el estrés que se deriva del competitivo entorno empresarial. Muchas mujeres, que abandonan sus puestos de trabajo tras el matrimonio, también renuncian al sexo después del nacimiento de un hijo. Más aun, para algunas parejas niponas, la idea de mantener relaciones sexuales con su marido o su esposa les resulta violento y motivo de vergüenza, al considerarse respectivamente como miembros de una familia. En Japón, el sexo comienza a desvincularse del núcleo familiar. “Los japoneses son un pueblo orgulloso. Pero su vanidad se descoyunta cada vez que se publican encuestas sobre sexo. En la nación con menos huelgas del mundo, la gente sólo se abstiene del deber conyugal”<sup>174</sup>.

Esta situación entra en conflicto con la imagen sexualmente desinhibida atribuida a menudo a las jóvenes japonesas, retratada con frecuencia en los manga y los anime, y explotada deliberadamente por los entornos oficiales como un atractivo más del país. Para muchas jóvenes niponas resulta complejo encontrar un equilibrio que les permita

conjugar su crecimiento personal con su desarrollo social, y explorar su adolescencia mientras dure, antes de la llegada de un entorno familiar y profesional mucho más opresivo que limite todas aquellas manifestaciones que no encajen en los protocolos de urbanidad japonesa.

“Mientras que una mujer siga siendo una *shûjo* (adolescente) al margen del mercado laboral, fuera de la familia puede disfrutar de la vacua libertad propia de un paria de la sociedad, sin obligaciones o papel que desempeñar en el seno de la misma. Pero cuando crece y se casa el rol social de una mujer joven es, posiblemente, más opresivo que el de los jóvenes hombres de negocios”<sup>175</sup>.

Esta dureza en los códigos es la que posibilita el desarrollo creativo de la sociedad japonesa. La rigidez en las relaciones personales puede devenir en una mayor permisividad narrativa en ciertos medios, como el manga o el anime. Por el contrario, otras culturas a priori más extrovertidas, pueden adoptar una actitud más puritana respecto a ciertos temas o comportamientos en un entorno público. El ciudadano japonés discrimina con claridad los espacios en los que debe sujetarse a las férreas normas de conducta, y aquellos otros donde puede mostrarse más relajado y espontáneo. La japonesa es una cultura de camuflaje y transformación personal, que exige a sus individuos adaptarse a las circunstancias de cada mo-

mento. La joven lolita, el oficinista que trabaja duramente o la secretaria leal y de irreprochables modales conservan esa faceta formal durante el día, mientras permanecen sujetos a los protocolos laborales, pero al finalizar la jornada de trabajo, al llegar la noche o durante el fin de semana se expresan con libertad, dando rienda suelta a su ego personal. En ese sentido, Tokyo es una ciudad pensada para satisfacer las necesidades de cada uno de ellos.

La libertad narrativa y temática del manga puede ser el resultado de plasmar todas aquellas inquietudes y deseos que un ciudadano japonés, condicionado por el entorno, reprime en su vida diaria. Al respecto, Kelts afirma: “El individualismo siempre puede devenir en un ‘sálvese quien pueda’ caótico. Si alimentas demasiado ese individualismo, puede terminar explotando. La naturaleza represiva de la cultura japonesa podría limitar esas explosiones al ámbito de la imaginación”<sup>176</sup>. No obstante, la ausencia de un yo definido al diluirse en el todo social, puede revertir en un efecto rechazo, dando lugar a una nueva generación de jóvenes acrílicos, socialmente apáticos y engullidos por el sistema.

Esta dualidad, entendida como una dicotomía de lo personal, resulta problemática y contradictoria en muchos países occidentales, pero se manifiesta con naturalidad en Japón. Como se expuso con anterioridad, el

<sup>175</sup> KINSELLA, Sharon. “Cuties in Japan”. *Women Media and Consumption in Japan*.

<sup>176</sup> KELTS, Roland. Op. cit. p.138.

<sup>177</sup> Ibid. p.136.

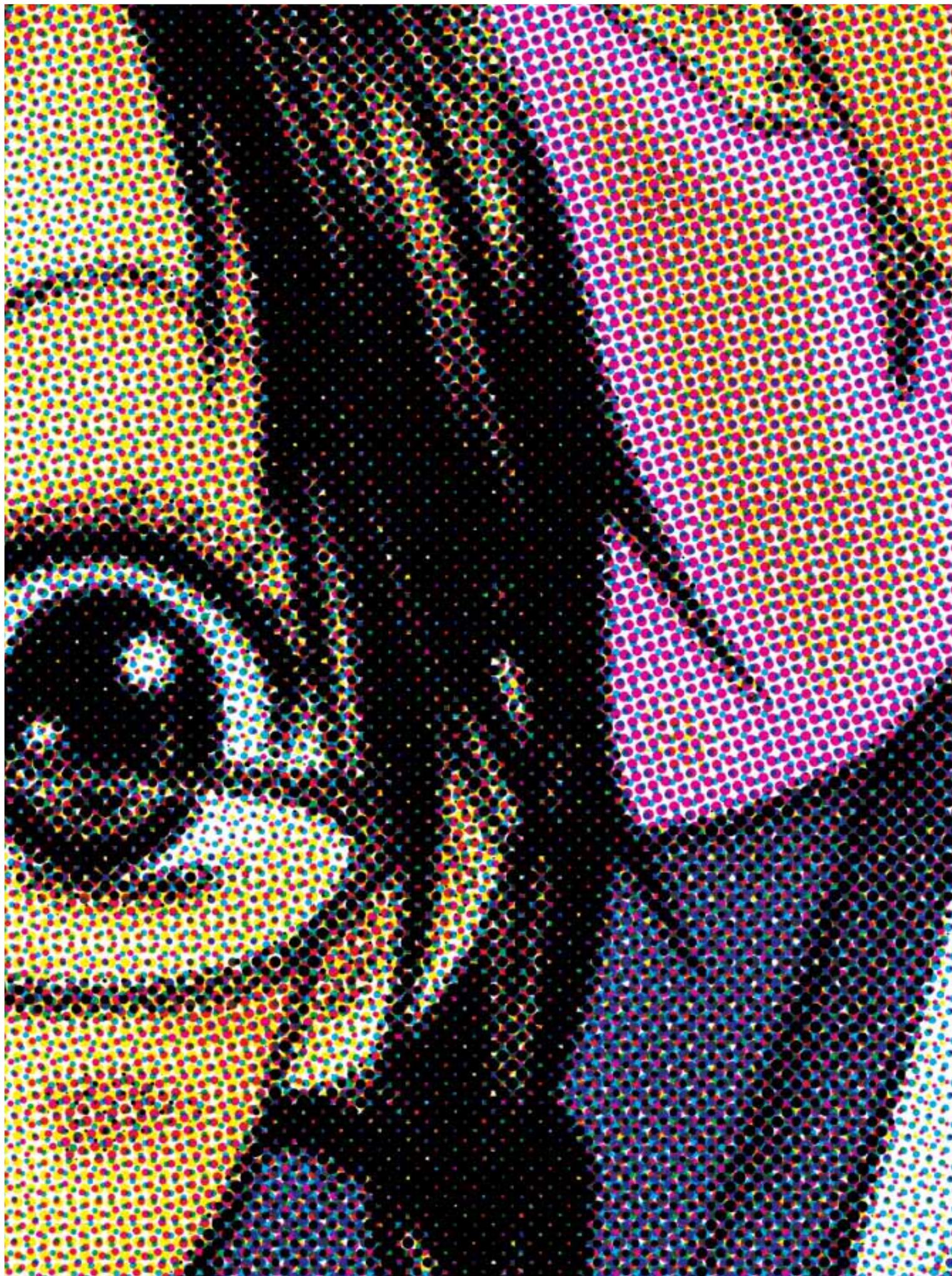
propio idioma japonés recoge dos términos para referirse a cada una de estas conductas: *tatema*, para definir el yo que se muestra en el entorno público; y *honne*, el yo interior que se manifiesta y revela. El *tatema* representa la cara oficial que se exhibe socialmente, y el *honne* lo que el individuo siente en realidad, la verdad que subyace bajo la apariencia cotidiana. En cierto modo, al adoptar la denominación de Hokusai al calificar el manga como “dibujos irreflexivos” o “imágenes por que sí”, los artistas del manga parecían estar manifestando, a través de sus ilustraciones, su propio *honne*.

En opinión de algunos investigadores, esta tendencia se está exportando a Estados Unidos y a algunas sociedades europeas, cuyos individuos presentan una división personal cada vez más profunda entre la imagen social que ofrecen de cara al público - lo que aparentan ser - y el yo que satisface sus obsesiones personales. No obstante, al contrario de lo que sucede en Japón, donde su particular construcción cultural y social ha codificado a la ciudadanía de una manera determinada, los modernos otaku de otros países (aficionados al manga, anime y cultura pop japonesa) no renuncian a manifestar notoriamente sus intereses y obsesiones, haciéndolas públicas y compartiéndolas colectivamente con otros aficionados.

“La estricta separación existente entre realidad y fantasía se revela como una de las facetas

más significativas de Japón, en un siglo en el que ambas están siendo difuminadas por las fuerzas de la globalización y la tecnología. Pero también resulta paradójico: una parte de la cultura está a gusto con unos límites porosos entre lo real y lo imaginario, y la otra parte trata de imponer límites estrictos a ambos, tanto realidad como fantasía. Hallando donde se encuentran esos límites, donde se dibuja la línea, se puede mistificar a un extranjero como aquel a quien la cultura le parecería al mismo tiempo un templo del placer de perversiones sin remordimientos, y una estricta distopía superpoblada”<sup>177</sup>.

Cabe matizar, en todo caso, que la incidencia del sexo en el seno de la sociedad japonesa es tremendamente compleja, tanto por tradición histórica como por su contradictoria ubicación en la realidad nipona contemporánea. La somera aproximación aquí realizada atañe exclusivamente al ámbito del manga que es, en definitiva, el objeto de la presente investigación. Las numerosas ramificaciones de la sexualidad en todas las facetas de la sociedad nipona exigirían una investigación mucho más amplia y profunda, tanto desde un punto de vista político y antropológico, como económico y cultural.





arte contemporáneo

## arte contemporáneo

*“En Japón hay manga abarcando cualquier materia imaginable. Las líneas claramente delimitadas entre los sexos de los consumidores y los distintos modos en que son etiquetados, pueden ser vistos como otro ejemplo del don innato de Japón para la posmodernidad”<sup>1</sup>.*

Como se expuso con anterioridad, antes de la revolución de los Patriotas que puso fin a la Era Tokugawa, Japón ya era una nación digna de ser considerada protocapitalista a nivel económico y comercial, aún cuando socialmente presentaba una distribución más propia de un sistema feudal tradicional. En su estudio acerca de la mutua influencia existente entre las culturas de Japón y EEUU, titulado *Japanamerica*, el investigador estadounidense Roland Kelts puso de manifiesto lo que muchos analistas venían afirmando en las últimas décadas. “La idea de que los japoneses eran posmodernos antes de que se acuñase el término ha estado flotando en el aire desde hace muchos años entre periodistas, investigadores

y artistas, la mayoría de los cuales citan características similares: La amalgama de préstamos culturales globales (...), sin tener en cuenta ni los orígenes ni la autenticidad, su comodidad con las simulaciones y simulacros, su coexistencia, aparentemente sencilla y sin fisuras, con los utensilios de alta tecnología y las tradiciones y rituales antiguos, las fronteras difuminadas entre la alta y la baja cultura, entre el bien y el mal, entre uno mismo y la otredad, y su intensa cultura visual”<sup>2</sup>. La dilución de los límites preestablecidos y la reivindicación del pastiche - a todos los niveles culturales - son dos de las máximas que definen la condición posmoderna y que se hallan presentes en gran medida en la realidad japonesa contem-

<sup>1</sup> KELTS, Roland. *Japanamerica*. p.164.

<sup>2</sup> Ibid. p.25.

<sup>3</sup> The Japan Foundation. *Chikaku. Tiempo y memoria en Japón*. p. 15.

poránea. El propio concepto de *kawaii* nace de esa reivindicación posmoderna, transformando completamente el sustrato original de un vocablo, y apropiándose para el mismo de los referentes visuales de muchas otras subculturas urbanas y diferentes manifestaciones simbólicas.

Para algunos autores, la paulatina adopción por parte de la sociedad japonesa de multitud de elementos procedentes de diferentes países invita a pensar en una cultura global, y supone una progresiva dilución de la autonomía e identidad japonesas dentro de un todo informe sin atributos culturales definitorios. A medida que Japón asimila nuevas formas y expresiones de otras naciones también se intensifican los intentos internos por fortalecer y reivindicar el carácter genuino nipón. Más aún, cabe preguntarse hasta qué punto esa capacidad de polución no es una característica intrínsecamente japonesa. “Si tenemos en cuenta el rápido desarrollo de los transportes y la transmisión de la información, que ha llevado al mundo hacia una uniformidad y homogeneización cada vez mayores, quizás debamos preguntarnos si un país como Japón tiene ahora algún sentido. ¿Cuál es el significado del término ‘cultura japonesa’?”<sup>3</sup>.

Al comienzo de la presente investigación se apuntaba a la instantaneidad, el culto a la imagen y la máxima transmisión de información, como algunas de las características que definían

la futurista sociedad japonesa y, por ende, toda la cultura posmoderna. En opinión de Toshiya Ueno, profesor de sociología de la Universidad de Chubu y tecnodj, los primeros debates acerca de la superación de la modernidad, así como de los discursos artísticos y culturales que de este movimiento se desprendían, se remontan en Japón a los años de la I Guerra Mundial; “por entonces, el eclecticismo posmoderno ya estaba emergiendo”<sup>4</sup>. El intento por agradar al resto de las naciones del mundo, por adoptar y transformar los rasgos distintivos de las sociedades occidentales y, de manera especialmente significativa, la asimilación y revisión de la cultura popular estadounidense bajo un paradigma genuinamente nipón en las décadas posteriores al fin de la II Guerra Mundial, hacían de Japón un país posmoderno antes incluso de que la sociedad global tomase conciencia de este movimiento artístico y cultural de finales del siglo XX. “En otras palabras, Japón era posmoderno antes de que el posmodernismo estuviese de moda, fusionando elementos de otras culturas nacionales en un todo casi coherente. Tiene sentido: la historia de Japón está llena de ejemplos de inspiración extranjera y fusión cultural, desde sus caracteres *kanji* a sus fideos *ramen*”<sup>5</sup>.

Sin embargo, Roland Kelts cuestiona la verosimilitud de todas estas afirmaciones respecto a Japón, atribuyéndolas a una perspectiva muy superficial propia del extranjero a quien resulta

<sup>4</sup> UENO, Toshiya; en: McGRAY, Douglas. “Japan’s gross national cool”. *Foreign Policy*. p. 48.

<sup>5</sup> McGRAY, Douglas. Op. cit.

ajena la realidad cotidiana nipona, presidida por las rígidas normas culturales, las jerarquías profesionales y familiares y las formas idiomáticas honoríficas empleadas para dirigirse a un superior. El propio Kelts recupera algunas de las afirmaciones del crítico y escritor Ian Buruma, cuyas tesis se enfrentan radicalmente a las expuestas por el artista Takashi Murakami. Para Buruma, "las definiciones artísticas de lo serio y lo que no lo es siempre han tenido una gran influencia en Japón, y todavía la tienen en la actualidad"<sup>6</sup>. A raíz de una exposición comisariada por Murakami, celebrada en el verano del año 2005 en Nueva York, Kelts critica la disposición - en su opinión anárquica - de las piezas, aparentemente inconexas, que tan sólo aciertan a definir narraciones fugaces. Para este, la exposición en su conjunto se presentaba como una amalgama de elementos de estilo japonés, procedentes tanto de la alta como de la baja cultura, entremezclados sin ton ni son. Sin embargo, la realidad japonesa habla de ese tipo de conexiones entre la alta y la baja cultura, entre la tradición ancestral y la modernidad, entre la rigidez social del entorno profesional y la catarsis festiva del *cosplay* y el karaoke. La propia dualidad existente entre *honne* y *tatemae* evidencia la naturaleza posmoderna de Japón. El infantilismo advertido en el grueso de la sociedad nipona desde la década de 1960 - que tiene en los modernos *otaku* un exponente más de estas generaciones de

adultos que reniegan de las responsabilidades impuestas por la sociedad - no hace sino reforzar esa condición.

"La transformación de la velocidad en un tiempo prolongado, tiene mucho que ver con la percepción y el subconsciente colectivo típicamente japoneses, y se ralentiza cada vez más asintóticamente hacia la intemporalidad. La velocidad y la eternidad son dos polos opuestos que coexisten en la mente japonesa, una dualidad presente en diferentes gestos y comportamientos. El arte japonés ha encontrado diversas maneras de expresar esta dualidad. (...) La fusión de un flujo vibrante con al inmutabilidad en una sensación vertiginosa de estados intrincados, las transformaciones y distorsiones de una contraperspectiva, el registro material de los recuerdos, el interés especial por el vacío y el espacio en negativo, la visión simultánea del pasado y el presente, la interacción de la realidad y la fantasía... Estas características especiales, idiosincrasia del arte japonés, quizás deriven del estilo de vida multimodal de Japón"<sup>7</sup>.

Esta mezcla posmoderna ha dado como resultado, no obstante, una rica cultura que bebe de los referentes milenarios de la tradición guerrera y religiosa del país, y de la tecnología más moderna o las imágenes y estéticas urbanas de rabiosa actualidad. Como referente posmoderno, Japón ha superado la imagen negativa que conserva-

<sup>6</sup> KELTS, Roland. Op. cit. p.25.

<sup>7</sup> ITO, Toshiharu. "La cuarta dimensión de la percepción: Nuevas coordenadas para el arte japonés contemporáneo". *Chikaku. Tiempo y memoria en Japón*. p.24-25.

<sup>8</sup> YAMAGUCHI, Yumi. *Warriors of Art. A Guide to Contemporary Japanese Artists*. p.8.

ba a nivel internacional a raíz de la política imperialista durante la II Guerra Mundial y el colonialismo económico de las décadas siguientes, erigiéndose como una nación fascinante para las nuevas generaciones de jóvenes de todo el mundo que ven en este país un reflejo de un futuro posible. “Japón - atractivo exportador de cultura pop en los campos del manga, el anime, el cine, la moda, la literatura, el arte, la arquitectura y el diseño - se ha convertido en la nación anhelada entre las nuevas generaciones de jóvenes asiáticos, europeos y americanos”<sup>8</sup>.

El manga es un claro ejemplo de la permeabilidad existente entre diferentes manifestaciones, con independencia de que el origen de estas remita a la alta cultura o a la cultura popular. “Los *mangaka* se inspiran en la calle para dibujar sus manga, pero estos influyen a su vez en la moda, el peinado y el maquillaje”<sup>9</sup>. Las tribus urbanas de inspiración manga alimentan el imaginario de los diseñadores y modistos japoneses más vanguardistas, que terminan por influenciar recíprocamente tanto a sus homólogos europeos y americanos como al consumidor occidental. Al igual que sucede con la cultura pop nipona, esta moda, deudora en muchos aspectos de la cultura americana y las subculturas *underground*, se asimila haciéndola pasar por un tamiz japonés, para ser

devuelta de nuevo a occidente, en un proceso continuo de retroalimentación.

Muchos animadores y *mangaka*, así como diseñadores y artistas contemporáneos japoneses, se vieron muy influenciados por diferentes corrientes musicales como el rock o el punk. En la actualidad, como parte de ese proceso de osmosis cultural, el manga y el anime han inspirado la estética e imaginario de varios grupos de música, sin referencias nacionales de ningún tipo y con vocación universal. Uno de los videoclips del grupo británico Gorillaz, realizado por entero en animación con un estilo y estética de influencia anime (fig.1), “contiene un desenlace visualmente asombroso deudor de *Tenku no Shiro Laputa (Láputa, el Castillo en el Cielo)* del director Hayao Miyazaki”<sup>10</sup>, película que inspiró al ilustrador y co-fundador de Gorillaz, Jamie Hewlett. El propio Miyazaki, autor emblemático del Studio Ghibli de animación, dirigió un videoclip para el tema musical *On Your Mark* (1995; fig.2) del dúo japonés de rock Chage & Aska. Takashi Murakami participó en el año 2007 con el rapero Kanye West en la producción del álbum *Graduation* (fig.3), diseñando la portada y produciendo el videoclip del single del mismo nombre. Asimismo, Daft Punk asombró a la industria con una serie de cortos musicales y un largometraje animado en colaboración con el director y *mangaka* Leiji Matsumoto (fig.4).



<sup>9</sup> KOYAMA-RICHARD, Brigitte. *Mil Años de Manga*. p. 160.

<sup>10</sup> KELTS, Roland. Op. cit. p.19.



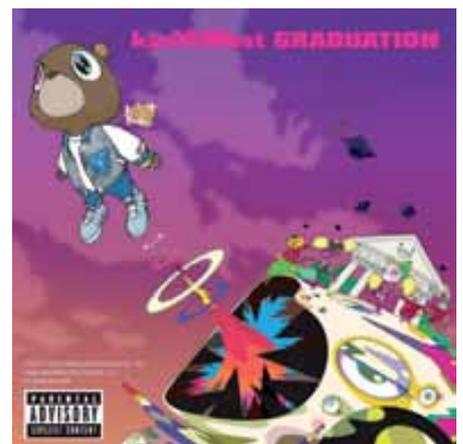
La historia de asimilación y exportación cultural japonesa se remonta a las últimas décadas del período Edo y a los años que siguieron a la Restauración de Meiji, cuando el archipiélago nipón entró en contacto con las grandes potencias occidentales. Las pinturas y xilografías ukiyo-e que llegaron a Europa fascinaron a los artistas de las vanguardias, provocando una revolución visual que, de otro modo, no habría tenido lugar en el arte de occidente. La importancia de la línea y el plano frente a la representación volumétrica tradicional de las escuelas europeas, y el uso sincero del color, transformaron las convenciones pictóricas imperantes hasta la fecha.

En las décadas siguientes, las imágenes del ukiyo-e japonés inspiraron por igual a los autores del Art Nouveau, caracterizado por las curvas sinuosas y las reminiscencias naturalistas y orgánicas, y del Art Decó, cuya línea recta y quebrada reflejaba la influencia del futurismo, del cubis-

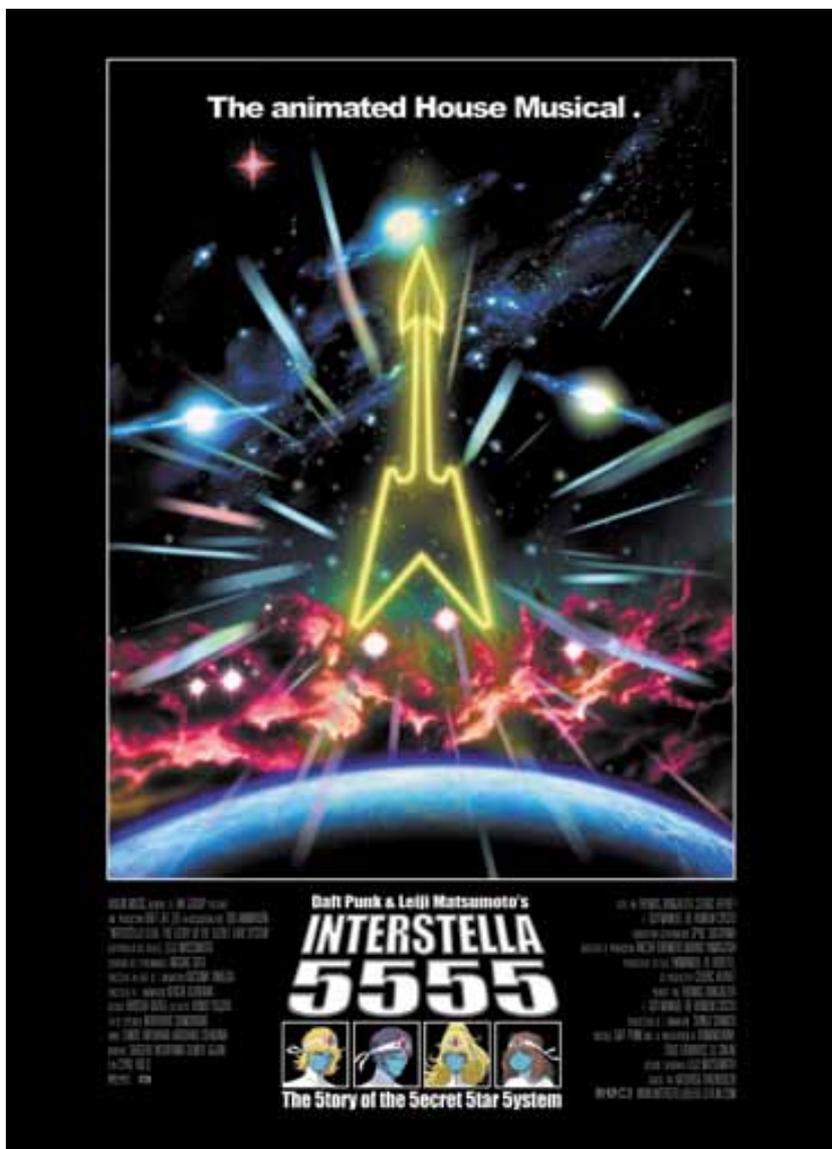
mo y de otras vanguardias, del imaginario maquínico y aerodinámico de la industria aeronáutica, así como del Art Nouveau sobre el que parecía evolucionar. Art Nouveau y Art Decó influenciaron a su vez a los dibujantes de manga e ilustradores japoneses en las décadas posteriores al fin de la Guerra del Pacífico, y a pesar de ser dos estilos aparentemente enfrentados se complementaban con acierto. La riqueza visual de ambos lenguajes y el dominio en el uso de la línea y el plano alimentaron el universo gráfico del manga, el diseño y la ilustración japonesas. "Hoy, este Mundo Flotante ha sido absorbido por la sociedad moderna después de fascinarla durante décadas con su arte, su literatura y su teatro, y disfrutar de una influencia indirecta a través de su reinterpretación por las magníficas vanguardias de los siglos XIX y XX, que van desde el Art Nouveau y el Art Decó hasta el arte gráfico y diseño contemporáneos. Su singular culto hacia lo bello y efímero, su abrazo entu-

2

3



<sup>11</sup> CALZA, Gian Carlo. "Visions of the Floating World";. *Ukiyo-e*. p. 9.



y el diseño contemporáneo, tanto en la industria nipona como en el mercado global, perpetuando de este modo el ciclo de asimilación y reinterpretación cultural en Japón.

“Los *japonismos* indican claramente una admiración más o menos ruidosa por las diferentes expresiones culturales de un país que Roland Barthes identificaba con la escritura, y cuya complejidad impide abordar de inmediato, a no ser incurriendo en la generalización banal, lo que es Japón y el papel que ha desempeñado y desempeña en el mundo. La estética japonesa ha sabido preservar la tradición y a la vez responder a las exigencias de su desarrollo tecnológico y económico, aunque el concepto de arte tal como es concebido en el mundo occidental no se introdujera en el país hasta finales del siglo XIX. No es, por lo tanto, un anacronismo seguir haciendo referencia a un *japonismo* mucho más extendido en la actualidad que antaño, aunque más borroso y confuso, ante la confluencia de las culturas y la hibridación del presente en la era de las industrias culturales y el consumo global”<sup>12</sup>.

La facilidad de Japón para ahondar en otras formas culturales foráneas y reconstruirlas a su propia imagen, apoderándose de los elementos constitutivos intrínsecos pero transformándolas hasta convertirlas en algo propio y genuino de la esencia nipona, no es un fenómeno desconocido. La estética tradicional

- 4 siasta al materialismo y felicidad fácilmente alcanzable, su sueño de sencillas y completas satisfacciones, se han convertido en una parte de nuestra sensibilidad cultural y de nuestro imaginario colectivo”<sup>11</sup>. Junto al Art Nouveau y el Art Decó, la animación estadounidense de Disney y Fleischer, y las tiras cómicas de los periódicos y revistas fueron los responsables del desarrollo del manga como nuevo medio narrativo. A su vez, el manga y el anime han influenciado la moda

<sup>12</sup> RIVA (de la), Ion. “Japonismos”. *Chikaku. Tiempo y memoria en Japón*. p.16-17.

japonesa y el arte del refinamiento wabi beben directamente del imaginario artístico chino, y son herederos de los sucesivos siglos de influencia cultural llegados al archipiélago nipón desde el continente. A pesar del evidente aislamiento geográfico, la cercanía de Japón respecto a China y otras naciones del sudeste asiático fue contagiando a la estética nipona, haciéndola partícipe de las innovaciones técnicas, lingüísticas y artísticas de los países vecinos. Tanto la escritura japonesa, nacida directamente de los ideogramas chinos (aun cuando sea sólo en su forma, y no en su estructura gramatical), como la técnica necesaria para la realización de las policromoxilografías, así como muchos de los grandes períodos artísticos nipones tienen su origen en la influyente historia china. La religión budista, que unida al sintoísmo connatural a los habitantes de las islas, terminó por definir el carácter religioso y místico del pueblo nipón, la filosofía y estética zen y el concepto del *wabi-sabi*<sup>13</sup>, también arribó a las costas insulares procedente del continente. El período artístico Momoyama - a menudo simplificado desde occidente como el Barroco nipón, debido a su extremo decorativismo, gran cromatismo y saturación en las formas - responde en realidad a una moda entre la clase gobernante de Japón, bajo la influencia de las coloristas composiciones y arquitecturas continentales.

No obstante, durante siglos, la capacidad de asimilación nipo-

na y los avances que de ella se derivaron nunca llegaron a exportarse a los demás países del sudeste asiático, imposibilitando un proceso de retroalimentación como el experimentado con Occidente tras la restauración de Meiji (1868). Durante doscientos cincuenta años, el Gobierno Tokugawa se esforzó por mantener a la nación al margen de los acontecimientos y progresos del resto del mundo, limitando férreamente los contactos e intercambios comerciales con el exterior. El hermetismo del Shôgunato impidió que Japón desarrollase una relación cultural nutritiva y bidireccional con las naciones extranjeras. Mientras duró este prolongado aislamiento, el pueblo japonés permaneció ajeno a los avances científicos, culturales y artísticos que hacían de occidente un referente apetecible y prometedor. Tras la apertura del país y la paulatina adopción de los adelantos de Europa y Estados Unidos, Japón aún conservaba un cierto hermetismo respecto a sus formas artísticas más modernas, y se mantuvo ausente, inexplicablemente, del circuito artístico internacional.

A comienzos del siglo XX, algunos artistas japoneses, aun cuando no habían alcanzado un renombre equiparable al de figuras de primer nivel internacional, participaban en muchos de los movimientos artísticos más importantes de su época. Tradicionalmente, el arte japonés siempre se ha definido por los valores de la filosofía budista zen, con-

<sup>13</sup> Concepto estético heredero de la filosofía budista zen. De traducción compleja y ambigua, se define como la perfecta *imperfección*.

<sup>14</sup> La era Jômon alude a un amplio período histórico protojaponés que abarca desde el año 13.000 hasta el siglo IV a.C. El nombre, que literalmente denota "decoración cordada", alude a los relieves y filigranas presentes en las piezas de alfarería de la época, realizadas con cuerdas y cordeles.

densados en la búsqueda de la sencillez y equilibrio en las composiciones y objetos. Sin embargo, los primeros artistas nipones considerados plenamente contemporáneos anhelaban referentes nacionales alejados de esa estética clásica, para lo cual reivindicaron el carácter intrínsecamente protojaponés de las primitivas muestras de alfarería y vasijas cordadas del período Jômon<sup>14</sup>, ignoradas durante siglos por las academias de historia del arte. Estos enseres, realizados con arcilla (fig.5) y de formas toscas y sinuosas, contradecían en muchos aspectos las máximas que caracterizan la estética zen. Para muchos artistas de posguerra, las figuras Jômon - descubiertas en 1877 por el naturalista estadounidense Edward S. Morse - eran vestigios de la primera cultura genuinamente japonesa. En opinión de estos, las figuras Jômon no podían entenderse únicamente atendiendo a sus características compositivas tridimensionales, sino que era necesario articular un diálogo más profundo, apelando a su faceta mágico-religiosa y alcanzando, por tanto, una consideración tetradimensional o de 'cuarta dimensión'. "Las obras de arte contemporáneas producidas en Japón desde la década de los años sesenta han profundizado en la cuestión de la percepción de la "cuarta dimensión", en cómo ese intenso diálogo entre la realidad y las fuerzas ajenas a la realidad se ha transmitido a lo que podríamos llamar el 'subconsciente colectivo' japonés"<sup>15</sup>.



5 La magia innata a las primitivas

manifestaciones artísticas, y el carácter místico a la par que festivo de las figuras Jômon, inspiraron a los artistas japoneses de posguerra en su afán por definir un arte contemporáneo de raíces genuinamente niponas, pero que no por ello tuviese que partir del imaginario budista de siglos anteriores.

El escritor y escultor Taro Okamoto (1911-1996) tomó parte en la Exposición Internacional Surrealista celebrada en París en el año 1938. Asimismo, Okamoto expuso junto al pintor de estilo tradicional *nihonga* Taikan Tokoyama en la Bienal de Venecia celebrada en el año 1950. Fue Okamoto quien empleó el concepto de 'cuarta dimensión' - en un tratado publicado en el año 1952 y titulado "Cerámica Jômon: conversación con la cuarta dimensión" - para referirse por primera vez al aura mística, deudora de los primeros habitantes del archipiélago nipón, que impregnaba a estas vasijas milenarias. Para Okamoto, así como para muchos otros artistas japoneses inspirados por su pensamiento e influencia, los vestigios Jômon eran memoria viva de la magia que dominaba aquella época primitiva, y sus dibujos cordados representaban conexiones entre este mundo y la otra dimensión, sometida al albedrío de los espíritus y las deidades. La experiencia vital fruto de la comunión con este mundo primigenio era, precisamente, lo que Okamoto definió como diálogo con la cuarta dimensión.

<sup>15</sup> The Japan Foundation. Op. cit. p. 15



Okamoto es uno de los artistas japoneses más influyentes del siglo XX. Al igual que sucedió con Salvador Dalí en todo el mundo, o con Hokusai en Japón, la trascendencia social de Okamoto se debía en gran medida a su personalidad histriónica y efervescente, a sus actuaciones llamativas y disparatadas, a sus notorias apariciones públicas y su gran visibilidad social. En especial si se tiene en cuenta que este tipo de comportamientos no se adecuaban en absoluto al temperamento japonés, y excedían, en muchos aspectos, las actitudes tradicionales de pro-

toloco y buen gusto. Okamoto, con sus aclamaciones públicas y sentencias teatrales escenificaba una primera superación de la barrera existente entre *honne* y *tatema* en el seno de la sociedad nipona. Suya es la célebre expresión “Geijutsu wa Bakuhatsu da!” (¡El arte es explosión!), que años más tarde homenajearía el *mangaka* Masashi Kishimoto al ponerla en boca de uno de los villanos más célebres del manga *Naruto*. Tarô Okamoto es autor de la *Torre del Sol* (fig.6), una gigantesca escultura erigida como emblema de la exposición universal de Ósaka celebrada en



8\_Hiroshi Sugimoto, "Theatre" (1978).

el año 1970, y uno de los símbolos populares del Japón moderno más reconocibles.

Del mismo modo, la artista Yoko Ono (fig.7) gozó de una gran popularidad en la década de 1960, y tuvo gran repercusión internacional con sus actividades ligadas al movimiento Fluxus en los Estados Unidos. No obstante, la inmensa mayoría de los artistas japoneses que alcanzaron un éxito global en estas décadas habían emigrado a Estados Unidos. Su ingreso y pertenencia al circuito internacional pasaba necesariamente por su marcha al mercado norteamericano, y su introducción en una estrategia artístico-comercial ligada a los canales de distribución más habituales, renunciando por completo a cualquier reminiscencia o referente nacional en su obra.

7\_Yoko Ono, "Grape Fruit" (1964).



On Kawara, Hiroshi Sugimoto, Yayoi Kusama (fig.8-9) o Mariko Mori terminaron por abandonar su Japón natal en pro de un crecimiento artístico y personal

en Estados Unidos. En el marco del arte contemporáneo internacional, el impacto de los artistas nipones no era especialmente significativo desde un punto de vista nacional, ya que muchos de los elementos empleados en sus obras carecían de cualquier connotación, referencia o distintivo de la cultura japonesa. Sin embargo, a comienzos de la década de 1980 esta situación experimentó un giro considerable con la irrupción, tanto dentro del propio Japón como en los circuitos y exposiciones internacionales, de una nueva generación de artistas nipones que abrazaban, como parte de su discurso, la realidad cultural japonesa.

La creciente importancia de los mercados periféricos en el arte, su revalorización y reconocimiento por parte de la crítica y el público a nivel internacional propició que algunos jóvenes artistas nipones triunfasen en el extranjero y pasasen a formar parte del mercado global, sin abandonar su Japón natal



y tener que emigrar a Estados Unidos o Europa, conservando la especificidad japonesa como parte de su discurso. Tatsuo Miyajima y Yasumasa Morimura (fig.10-11) participaron en la Bienal de Venecia del año 1988, así como en la gira de una muestra titulada *Against Nature: Japanese Art in the Eighties*, que recorrió diferentes localizaciones de Estados Unidos a lo largo del año 1989.

La percepción que se tiene de la cultura japonesa cambia radicalmente dependiendo de si el observador es un artista extranjero que bebe del sustrato visual japonés, o si se trata de un autor nativo que se sumerge en la tradición pictórica previa y en la cultura popular. Los artistas contemporáneos extranjeros que toman prestados elementos y reminiscencias del imaginario pop nipón presentan una evolución diferente frente a los artistas oriundos de Japón. El artista occidental toma la cultura pop como un referente visual más,

a menudo prescindiendo de las intrincadas articulaciones históricas que subyacen bajo este lenguaje, apropiándose de unas imágenes y unos clichés que retratan de forma descarnada una época concreta.

Por el contrario, el autor nipón alcanza esta condición desde la tradición artística japonesa de siglos pasados. “La cultura pop que emana de este archipiélago del lejano oriente cohabita con el peso de dos mil años de tradición cultural y espiritual”<sup>16</sup>. Resulta complejo prescindir de la dicotomía existente entre tradición y modernidad en un país donde ambos extremos aparecen a menudo interconectados. Los grandes artistas contemporáneos japoneses, surgidos a comienzos de la década de 1980, recurren con frecuencia a la cultura pop y otras manifestaciones *underground* niponas como distintivo nacional. Mariko Mori (Tokyo, 1967) se halla más alejada de las raíces del manga y el anime, influenciada por un

9\_Yayoi Kusama, "Pumpkin". Naoshima Standard Exhibition, Okayama, Japón (2006).

<sup>16</sup> YAMAGUCHI, Yumi. Op. cit. p.11.

<sup>17</sup> JANSEN, Gregor; en: GROSENICK, Uta; y RIEMSCHEIDER, Burkhard (Ed.). *Art Now. Arte y Artistas a Principios del Nuevo Milenio*.



10\_Tatsuo Miyajima, "Counter Skin in Hiroshima - 2" (2007).

imaginario espiritual deudor de los siglos de tradición religiosa budista y sintoísta del pueblo japonés (fig.12). "Nadie como ella ha visualizado de un modo tan estridente la relación entre tradición e innovación, entre naturaleza y tecnología punta, entre los sueños individuales y colectivos del Japón actual"<sup>17</sup>.

"Los artistas contemporáneos japoneses poseen un 'sistema operativo' que el arte occidental podría encontrar difícil de descifrar, porque está basado en una cultura y unas tradiciones que no les resultan familiares. Pero el reciente boom internacional de popularidad del manga y el anime nipones han abierto una puerta a través de la cual el resto del mundo puede conectar con algunas de las sensibilidades que subyacen bajo el arte contemporáneo japonés"<sup>18</sup>.

El cambio transcendental de singladura tuvo lugar a comienzos del siglo XXI, cuando en el año 2001 el artista nipón Takashi

Murakami (Tokyo, 1962) presentó una exposición que él mismo comisariaba y que englobaba su teoría artística del *Superflat*. Titulada con idéntico nombre, la muestra *Superflat* servía al mismo tiempo como manifiesto de esta teoría y como compilación del arte tradicional japonés y la cultura pop contemporánea, con la que Murakami abarcaba desde las pinturas medievales niponas hasta su propia obra y las de otros artistas de su generación, afines tanto por cronología como por temática. "En su exposición, que mostraba las pinturas de artistas y xilógrafos del siglo XVI junto a animadores como Koji Morimoto y Yoshinori Kanada, artistas de manga como Henmaru Machino, el diseñador 20471120, los fotógrafos Masafuni Sanai y Hiromix, y artistas contemporáneos como Yoshimoto Nara y Katsuhige Nakahashi, Murakami presentaba su teoría de que todas las obras creativas realizadas sobre una superficie plana son 'hiper-bidimensionales' o *superflat*, y que

11\_Yasumasa Morimura, "Mi Frida interior" (2001).



<sup>18</sup> YAMAGUCHI, Yumi. Op. cit. p.10.



el propio término *superflat* puede ser empleado para describir el profundo vacío de la sociedad de consumo japonesa”<sup>19</sup>.

Murakami acuña el término *superflatness* - o estilo *superflat* - como parte de un manifiesto que corona el inicio de tres grandes exposiciones en las que ofrece una imagen del arte contemporáneo japonés a través de la obra de diferentes artistas nipones. Murakami se postula a favor de esta visión plana del arte, entendida como un reflejo de la sociedad japonesa, carente de criterio o profundidad, y de la progresiva infantilización del individuo posmoderno, que tiene su máximo exponente en el ciudadano estadounidense y, por ende, en el japonés. No obstante, esta actitud infantil, con atisbos de rebeldía, subyace bajo el proceder del propio Murakami, quien en ocasiones trata de quitar trascendencia a lo que hace, como si se tratase de un sinsentido.

Al mismo tiempo, el manifiesto *Superflat* reivindica la tradición pictórica y gráfica nipona como reflejo de la centenaria cultura visual de Japón, basada en una visión plana del universo (describiendo una concatenación de espacios planimétricos) en contraste con la perspectiva tridimensional y la volumetría impuestas desde Occidente. “*Con nuestra pintura en spray, las pistolas con compresor y, más aun, con los gráficos por ordenador, nos hemos ido desplazando, poco a poco, hacia suaves superficies de plástico de las cuales ha sido eliminado cualquier rastro de traza humana. Hemos convertido el arte en el ideal de un androide: una plana y monótona realidad virtual*”<sup>20</sup>. Además de un estilo caracterizado por su bidimensionalidad (fig.13), el concepto *Superflat* impone la dilución de los límites entre la alta y baja cultura, y proporciona una perspectiva crítica de la propia estructura del arte.

12\_Mariko Mori, "Burning Desire" (1997-1998).

<sup>19</sup> YAMAGUCHI, Yumi. Op. cit. p.8.

<sup>20</sup> UNNO, Hiroshi. "Decadence, Innocence, and the Galaxy According to Yoshitaka Amano". *Amano. The Complete Prints of Yoshitaka Amano*. p. 281.



13\_Takashi Murakami, "Tan Tan Bo" (2001). Acrílico sobre lienzo montado sobre tabla ©Takashi Murakami/Kaikai Kiki Co., Ltd., 2001.

“Con su aclamada trilogía de exposiciones, *Superflat* (2000), *Coloriage* (2002) y *Little Boy* (2005), que han recorrido todo el mundo, Takashi Murakami ha permitido a una audiencia internacional tomar conciencia de la cultura pop japonesa. Uno de sus objetivos es derribar los límites entre el arte de la calle inspirado en el manga y el anime y popularizado por los artistas contemporáneos japoneses, y el tradicional gran arte occidental”<sup>21</sup>.

En el año 1999, Murakami ya había expuesto los conceptos clave que defendían la teoría *Superflat*, a través de un artículo publicado en la revista *Kokoku Hihyo*. “Argumentaba que desde la derrota nipona en la II Guerra Mundial, Japón se había venido comportando como un niño pequeño, bajo el control de su padre, Estados Unidos, y que esto había generado una sociedad inmadura e irresponsable”<sup>22</sup>. Ya entonces, Murakami incluía como parte de su discurso del *Superflat* al-

gunos de los temas recurrentes que habían de estar presentes en su obra a lo largo de toda su carrera: la introspección, la ambigua posición de Japón entre dos culturas, la guerra y las heridas físicas y psicológicas que esta había infligido en la sociedad nipona, y los sentimientos inmaduros del individuo contemporáneo.

*Superflat* es la réplica omnímoda y magistral de Murakami ante los interrogantes posmodernos de la sociedad japonesa contemporánea, en los que el propio artista se halla inmerso. “Se trata de su respuesta a la vacuidad de la cultura japonesa, colonizada por un presente tomado por el capitalismo norteamericano, de una crítica a la cultura otaku, al consumo, al fetichismo sexual, al imperio del marketing y la publicidad. En palabras del crítico Hirozi Azuma: La cultura otaku es el resultado de la japonización del pop norteamericano. Sin embargo, Murakami pretende retrotraerla a sus orígenes,

<sup>21</sup> YAMAGUCHI, Yumi. Op. cit. p.100.

<sup>22</sup> Ibid. p.8.

o sea, reamericanizar la cultura otaku, americanizar la cultura norteamericana previamente japonesa. *Superflat* no es un sucesor auténtico del pop, sino su hijo ilegítimo y falso, mezclado e híbrido”<sup>23</sup>.

La actual cultura pop japonesa es el resultado de asimilar los elementos más destacables y reconocibles de la cultura americana, con la intención de ser devuelta al resto del mundo una vez haya sido transformada bajo el prisma de la tradición nipona, con la esperanza de que occidente la adopte y transforme, en una nueva vuelta de tuerca de esta singular evolución cultural. Se trata, pues, de una cultura originalmente americana, absorbida por Japón y devuelta a Estados Unidos para que sea occidentalizada de nuevo.

“En el año 2006, la sección estadounidense de la Asociación Internacional de Críticos de Arte otorgó el premio a la mejor exposición Temática en un museo de Nueva York a la muestra de Takashi Murakami del año 2005 titulada *Little Boy: The Arts of Japan's Exploding Subculture*. Esto era un indicador no sólo del creciente interés y toma de conciencia en el extranjero de la cultura visual de Japón, sino también un reconocimiento de la relevancia de la innovadora mezcla de subcultura, cultura pop y arte contemporáneo de Murakami”<sup>24</sup>.

Takashi Murakami describe su obra con el apelativo POKU,

acrónimo formado por la unión de los términos pop y otaku. Toshio Okada, co-fundador del estudio de animación Gainax, se refirió a Murakami como uno de los grandes otaku contemporáneos, “el otaku que no pudo convertirse en otaku, aspirante a animador de robots gigantes que comprendió que no estaba hecho para el mundo de la animación, y que se resarcía convirtiéndose en artista”<sup>25</sup>. Otros autores contemporáneos japoneses se inspiran igualmente en la cultura pop nipona, pero Murakami manifiesta expresamente su interés por analizar - y pertenecer - a la subcultura otaku, ligada a las tribus urbanas de *cosplayers* y *gothic-lolitas*, a los aficionados de manga y anime, y al complejo entramado underground erigido en torno al barrio de Akihabara (fig.14). Su ambigua posición a medio camino entre la alta cultura - inmerso en los circuitos internacionales de arte contemporáneo - y la cultura popular le permiten llegar a un espectro de población mucho más amplio. Murakami introduce al espectador en la hermética subcultura otaku, pero al mismo tiempo puede alejarse de los principios elitistas que a menudo rigen el mundo del arte, y atraer a un público ajeno a los canales oficiales que de otro modo nunca habría manifestado interés por las imágenes que entran en los museos. “Takashi Murakami juega con la originalidad y el poder de las imágenes de la cultura japonesa en una zona intermedia entre lo tradicional y la innovación. Su versión de un arte contempo-

14\_Takashi Murakami, “Second Mission Project ko<sup>2</sup>” (1999). Óleo, acrílico, resina sintética, fibra de vidrio y hierro ©Takashi Murakami/Kaikai Kiki Co., Ltd., 1999.



<sup>23</sup> FERNÁNDEZ, Lola. “Pop para adultos”. *Yo Donna*.

<sup>24</sup> YAMAGUCHI, Yumi. Op. cit. p.7.

<sup>25</sup> IZAWA, Eri. “Toshio Okada on the Otaku, Anime History, and Japanese Culture”. *Luncheon Talk*.

<sup>26</sup> JANSEN, Gregor; en: GROSENICK, Uta; y RIEMSCHEIDER, Burkhard (Ed). Op. cit. p.204.

ráneo específicamente japonés reside en la fusión de la pintura japonesa, con su énfasis en la superficie, el Pop Art americano de Warhol a Koons, y los mundos imaginarios multicolores del manga y los dibujos animados japoneses (Anime)”<sup>26</sup>. Para Murakami, la integración entre elementos de la cultura Pop japonesa y los entornos profesionales o académicos es una realidad manifiesta, más compleja y profunda de lo que parece a simple vista. La inclusión omnipresente de ilustraciones de influencia manga, o la consolidación de las mascotas *yuru-chara* de estética *kawaii* en las diferentes administraciones públicas vienen a constatar esta realidad, aun cuando una gran parte de la sociedad nipona no sea plenamente consciente de cuan integrada se haya esta subcultura en el día a día de Japón. “Los ciudadanos nipones están molestos al ver que el Japón moderno ha llegado tan lejos como para desarrollar un complejo sistema de personajes ilustrados y al darse cuenta de que estos personajes se han convertido en una auténtica cultura enraizada en el corazón japonés”<sup>27</sup>.

A pesar de los referentes extraídos directamente del imaginario del manga y el anime, Murakami enfatiza en el uso de técnicas clásicas y procedimientos pictóricos arcaicos, que remiten a la tradición artística de Japón. En el año 1983, Murakami obtiene el Doctorado por la Universidad Nacional de Bellas Artes y Música de Tokyo, habiéndose espe-

cializado en *nihonga*, un estilo pictórico centenario caracterizado por el empleo de técnicas y temas tradicionales. “Pese a incorporar en su obra elementos de la cultura popular contemporánea de su país en forma de anime (animación) y de manga (cómic), ha continuado bebendo de las fuentes tradicionales japonesas, desde la iconografía budista o los rollos de pinturas del siglo XII hasta la pintura zen y las técnicas de composición de la pintura excéntrica del período Edo del siglo XVIII; esta última se caracteriza por el uso de imágenes fantásticas y poco convencionales, y por el empleo de una línea expresionista, y suponía un rechazo al realismo y el tradicionalismo de la época”<sup>28</sup>.

Dado que su padre trabajaba en una base naval estadounidense, Murakami entra en contacto con la cultura americana en su infancia, y tiene acceso a películas, series de televisión y cómics dirigidos a los soldados residentes. A medida que progresa en su formación artística, también va profundizando en su conocimiento de los referentes pop norteamericanos, con especial interés en los dibujos animados de Walt Disney, el Pop Art y el cine de Hollywood de George Lucas y Steven Spielberg, cuyas producciones más tempranas ejemplifican el principio del pastiche cinematográfico de los años setenta y ochenta referido por Jameson<sup>29</sup>. Del mismo modo, Murakami manifiesta una gran atracción por la figura de Andy Warhol y el concepto

<sup>27</sup> MURAKAMI, Takashi. “Early 21st Century. About japanese character culture”. *Pictoplasma 2. Contemporary Character Design*. p. 2

<sup>28</sup> Museo Guggenheim Bilbao [en línea]. ©MURAKAMI.

<sup>29</sup> JAMESON, Frederic. “Posmodernismo y Sociedad de Consumo”. *La Posmodernidad* (Ed. Hal Foster). pp. 172-174.



de Factory explotado por este, que años más tarde recuperaría y pondría de nuevo en práctica con los proyectos comerciales de la Hiropon Factory y Kai Kai Kiki Co. Ltd.

Al igual que Andy Warhol, Murakami fusiona elementos de la alta cultura - mediante el uso de procedimientos técnicos y referentes visuales extraídos de la tradición histórica nipona - e imágenes y temas de la cultura popular. La compleja relación entre el arte elevado y los sistemas de producción en masa constituye una dicotomía perenne en su obra. Las pinturas de oxidación empleadas en muchos de sus grandes polípticos (fig.15) remiten tanto a las técnicas tradicionales del *nihonga* como a algunas imágenes

de Warhol. Asimismo, Takashi Murakami demuestra un gran interés por la perspectiva plana tradicional empleada en las artes japonesas. A diferencia de las representaciones volumétricas y las perspectivas naturalistas típicas del arte occidental, el arte clásico japonés se define por el uso minucioso de la línea y los colores planos, y por la ausencia de sistemas de representación tridimensionales. Murakami recupera este punto de vista, propio de los ukiyo-e y las pinturas del período Edo, como parte de su filosofía *Superflat*, que literalmente significa "superplano".

En contra de lo que pueda parecer, el estilo *Superflat* propugnado por Murakami no surge como una continuidad del pop americano de los años sesenta, sino

15\_Takashi Murakami, "727" (1996). Acrílico sobre lienzo montado sobre tabla ©Takashi Murakami/Kaikai Kiki Co., Ltd., 1996.

<sup>30</sup> Museo Guggenheim Bilbao [en línea]. ©MURAKAMI.

<sup>31</sup> Ibid.

<sup>32</sup> McGRAY, Douglas. Op. cit. p. 48.

como respuesta a este. A menudo, Murakami refleja en su obra la importancia de la Guerra del Pacífico en la psique japonesa, así como la convivencia con la ideología capitalista norteamericana en las últimas décadas. El rol de Estados Unidos como colonizador cultural en siglo XX, la masiva exportación de la cultura popular americana a los países derrotados en la II Guerra Mundial, y la asimilación de este sustrato pop por parte de la sociedad nipona forma parte de la teoría *Superflat* defendida por el artista. “Murakami aprendió de artistas pop como Warhol, Roy Lichtenstein y Richard Hamilton, a cuestionar el significado de la palabra pop. Tras investigar sus obras, llegó a la conclusión de que pop es la cultura de los países que resultaron victoriosos de la II Guerra Mundial, mientras que entre las naciones derrotadas este concepto nunca se consolidó. De acuerdo con Murakami, los países que perdieron la guerra no tienen la capacidad necesaria para equiparar su desarrollo económico al de la época, y todo lo que producen tiene que ser a bajo coste. Murakami no trata de crear pop sino unas obras que nacen de un entorno plano”<sup>30</sup>.

A tenor de lo expuesto por el propio Murakami, su programa se basa en una combinación de su faceta más popular - con el desarrollo de actividades fuera del entorno específicamente artístico y la producción de elementos de consumo masivo - y la “creación de iconos para museos”<sup>31</sup>. Al

contrario de lo que sucedía con la *Factory* de Andy Warhol y otras iniciativas de artistas del Pop Art, Murakami lleva al extremo su faceta comercial, compaginándola en todo momento con la producción de obra artística, hasta el punto de constituir una parte fundamental de su actividad creadora. La *Factory* de Murakami no se plantea como una crítica al sistema o a los mecanismos de distribución y venta de arte contemporáneo, sino como una asimilación práctica de las estrategias comerciales de la cultura popular. La teoría de Murakami “puede reflejar la contradicción de los valores de una nación en proceso de cambio; una superficialidad que llevó a la revista de arte japonés BT a equiparar la cultura japonesa contemporánea con el arte *Superflat*, al carecer de perspectiva y de jerarquía, y donde los individuos existen simultáneamente y como iguales. No tenemos ninguna religión – dijo el pintor Takashi Murakami a la revista, cínicamente – *Sólo necesitamos un gran poder de entretenimiento*”<sup>32</sup>.

En este proceso de búsqueda de iconos, Murakami desarrolla una serie de personajes, empleados recurrentemente en toda su obra, como parte de un imaginario corporativo (fig.16). En el año 1993, crea a Mr. DOB como su álgter ego (fig.17). De este modo, cada vez que Murakami ejecuta una nueva pieza con el personaje de DOB, se está autorretratando. El Mr. DOB utilizado en las primeras piezas recuerda al personaje de Mickey Mouse de los

16\_Takashi Murakami, “Tongari-kun” (2003-2004). Fibra de vidrio, acero y pintura al óleo, acrílica y de uretano. ©Takashi Murakami/Kaikai Kiki Co., Ltd., 2003-2004.





japonés. Esta es una de las principales características que definen el estilo *kawaii*, plasmada a la perfección en el personaje de Hello Kitty: una aparente indefinición nacional bajo la cual subyace un sustrato cultural japonés. El nombre de DOB es un apócope de una expresión nipona de corte dadaísta que reza “*Dobojite dobojite*”, (¿Por qué?, ¿por qué?), empleada en el manga *Inakappe Taisho*, de Noboru Kawasaki, y de la voz “*oshamanbe*”, latiguillo del comediante japonés Toru Yuri<sup>33</sup>.

17\_Takashi Murakami, “And Then, and Then and Then and Then and Then” (2006). Acrílico sobre lienzo montado sobre tabla ©Takashi Murakami/Kaikai Kiki Co., Ltd., 2006. <<

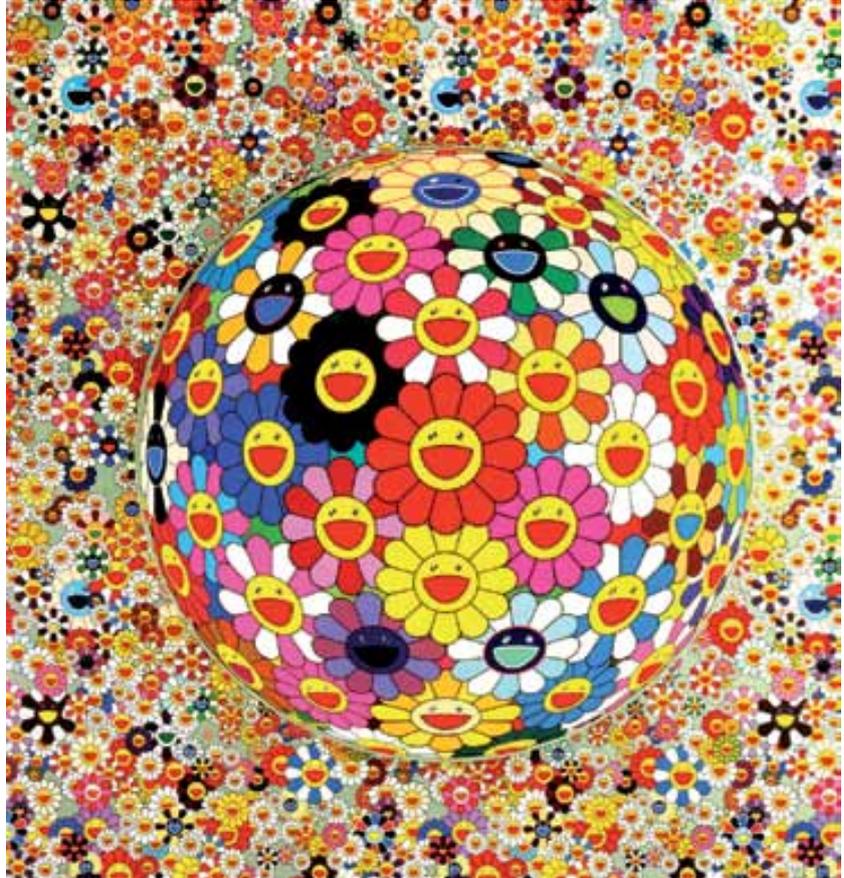
estudios de animación Disney o al gato Doraemon del manga homónimo del dúo Fujiko Fujio: Una cabeza de forma esférica con dos orejas circulares, cada una con las letras D y B respectivamente, de tal modo que se puede leer el nombre “DOB”, si se interpreta que la cabeza del personaje es una gran letra “O”. A pesar de la actitud grotesca y agresiva de Mr. Dob en algunas pinturas de Murakami, este ser fantástico se sirve de muchos de las características de la moda *kawaii* para su diseño. Los ojos expresivos y las formas amables y redondeadas de los primeros años dieron paso a las figuras deformes, de múltiples ojos y dientes punzantes de la última etapa (fig.18). La estética *kawaii* está presente en la gran mayoría de personajes desarrollados por Murakami como parte de su universo visual, tanto en sus criaturas emblemáticas, como en las flores y setas sonrientes de sus pinturas e instalaciones (fig.19). Al crear a Mr. DOB, el propio Murakami reconoció que buscaba generar un icono con vocación universal, pero que no renunciase a su carácter intrínsecamente

Kaikai y Kiki (fig.20) son dos personajes emblemáticos del imaginario de Murakami. Mientras que Mr. DOB representa las debilidades y metamorfosis del propio artista, Kaikai y Kiki actúan como talismanes personales. Ambos personajes aparecen representados a menudo en las narraciones fantásticas de Murakami, formando parte de las instalaciones y pinturas, reproducidos en prendas de ropa y artículos de *merchandising*, o integrados

18\_Takashi Murakami, “DOB’s March” (1995). PVC y helio ©Takashi Murakami/Kaikai Kiki Co., Ltd, 1995.



<sup>33</sup> Museo Guggenheim Bilbao [en línea]. ©MURAKAMI.



19\_Takashi murakami, "Flowerball Sexual Violet No.1 (3D)" (2008). Acrílico y hoja de platino sobre lienzo montado sobre tabla ©2008 Takashi Murakami/Kaikai Kiki Co., Ltd.

en los diseños del autor. Kaikai es un personaje de color blanco y cabeza ovalada, que presenta dos pares de orejas. Las superiores son largas, y en cada una de ellas aparece escrito con caracteres silábicos *hiragana* la palabra "kai" (かい). Kiki es un personaje de color rosa, con dos pares de orejas - las superiores de forma redondeada similares a las del ratón Mickey - tres ojos, colmillos prominentes y gran sonrisa. Al igual que Kaikai, en cada una de las orejas de Kiki se lee el carácter "ki" (き) escrito en japonés. Ambos términos, tomados de la pintura clásica japonesa, transmiten para Murakami conceptos antagónicos: *kaikai-*

*kiki*, "bizarro, aunque refinado", y *kikikaikai*, "delicado, aunque atrevido"<sup>34</sup>.

Las obras de los artistas afines al estilo *Superflat* japonés, incluido el propio Murakami, muestran "imágenes recurrentes de la dulzura, de lo grotesco, lo erótico, o lo violento. Japón es una sociedad donde las líneas divisorias entre la niñez y la edad adulta están difusas: donde el hombre de negocios impecablemente trajeado, con el maletín de marca, lleva una correa de reloj de Winnie-the-Poo, y donde los juguetes de plástico que vienen de regalo con productos alimenticios reposan sobre las mesas

<sup>34</sup> Ibid.



20\_Takashi Murakami , "Kaikai & Kiki" (2000). Fibra de vidrio, acero y pintura al óleo, acrílica y de uretano. ©Takashi Murakami/Kaikai Kiki Co., Ltd., 2000.

de los jóvenes funcionarios. Es una sociedad donde las expresiones de sexualidad y violencia inundan el mercado, en especial en las revistas, los periódicos deportivos, y los manga que se desparraman desde las estanterías de los supermercados hasta recaer en las manos de los viajeros del metro. En occidente, esta clase de contenidos explícitos se dividen entre un público infantil y adulto, pero no existe dicha división en Japón, donde los tabúes judeo-cristianos de Occidente no existen<sup>35</sup>.

A comienzos de la década de 1990, muchos jóvenes se ven inmersos en un período de recesión que afecta a todos los sectores de la nación tras el crecimiento económico ininterrumpido experimentado por Japón en años anteriores, como resultado del feroz capitalismo nipón. Esta crisis genera una sociedad aislada y plagada de individuos infantiles que rechazan las obligaciones connaturales a la vida

adulto. "En las sociedades desarrolladas, aunque vivimos en un mundo en paz, los adultos están empezando a comportarse como niños, a adoptar una actitud tan infantil que resultan ridículos. Los estadounidenses en particular, y también los japoneses"<sup>36</sup>.

Al igual que Murakami, Yoshitomo Nara (Hirosaki, 1959) es otro de los grandes artistas nipones contemporáneos. Como otros miembros de la generación *Superflat*, Nara se nutre de la subcultura otaku y del imaginario pop para su obra. Sus variadas influencias abarcan desde el anime, la pintura tradicional japonesa y clásica europea, al punk rock o el diseño gráfico (fig.21). "Su atractivo radica no sólo en su estilo diferenciador, sino en el hecho de que haya colaborado en varios géneros artísticos, por ejemplo, diseñando portadas para la banda Shônén Knife y para la escritora Banana Yoshimoto, yendo por tanto más allá

<sup>35</sup> YAMAGUCHI, Yumi. Op. cit. p.9.

<sup>36</sup> NARA, Yoshitomo; en: MIYAMURA, Noriko. "Entrevista a Yoshitomo Nara". *Arte y Parte*. p. 63.



22\_Yoshitomo Nara, "Little Wanderer".

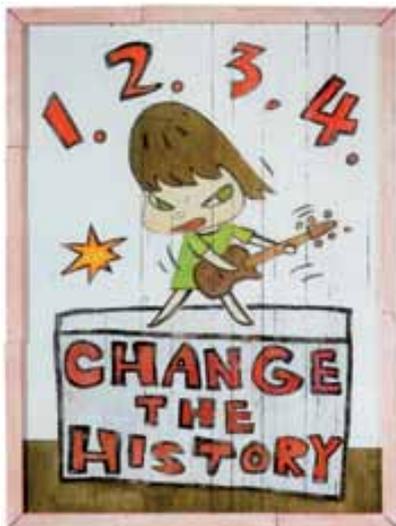
de los límites del arte, alcanzando a los aficionados de la música y la literatura"<sup>37</sup>.

Su interés por las manifestaciones propias de la cultura popular, más allá de un discurso subversivo o un reproche a la industria artística, forma parte indisoluble de su metodología creativa. Como Murakami, Nara simultanea su trabajo en los canales oficiales del arte, con otras propuestas mucho más mercantiles, sirviéndose de mecanismos de producción y comercialización en serie empleados habitualmente en la sociedad de consumo (fig.22). "Nara se considera a sí mismo un artista pop. Fuertemente influido por el rock y el punk, por el manga japonés y la ordenada estructura de la sociedad japonesa. (...) Su estilo altamente idiosincrásico, un cruce entre alta cultura y cultura popular, junto con su entusiasmo por otros ámbitos del pop, han proporcionado a Nara y a su obra un estatus de culto"<sup>38</sup>.

En el año 2003, Yoshiomo Nara inició una larga colaboración con el colectivo Graf, natural de Osaka, para dar forma a su serie de exposiciones "De la A a la Z", que recorrieron todo el mundo y que concluyeron con una gran puesta en escena en un local de su ciudad natal en Hirosaki, en la prefectura de Aomori. La obra de Nara satisface por igual a la crítica especializada y al espectador. Por una parte, no abandona la narratividad, como sucede en muchas obras de Murakami, una renuncia que este último considera parte indispensable de su teoría Superflat. Asimismo, tan interesante y atractiva como su obra es el concepto de exhibición que propone, muy dinámica y altamente interactiva con el público, al margen de los formalismos gubernamentales o de las instituciones.

A raíz de su maridaje con Graf, Nara construye arquitecturas *povera* -reflejo directo de su filosofía *post-punk* - desarrolladas

21\_Yoshitomo Nara + graf, "1. 2. 3. 4. Change the History" (2007).



<sup>37</sup> YAMAGUCHI, Yumi. Op. cit. p.9.

<sup>38</sup> JANSEN, Gregor; en: GROSENICK, Uta; y RIEMSCHEIDER, Burkhard (Ed.). Op. cit. p.208.

con materiales de desecho recogidos en las ciudades donde realiza los montajes de las exposiciones, como espacios que acogen y dan cabida a su obra pictórica, sus series de dibujos e instalaciones (fig.23). Al mismo tiempo, estas construcciones articulan un recorrido en el espacio expositivo, pero sin imponer un trayecto al espectador. Nara describe estos cobertizos como si fueran “un cuadro más que complementa las pinturas. (...) Se conservará en su entorno y funcionará como una especie de biotopo migratorio que viaja con los cuadros”<sup>39</sup>.

Junto a las reminiscencias de la cultura pop contemporánea y la influencia técnica de las artes tradicionales japonesas, los artistas del *Superflat* coinciden al abordar en su obra la situación de la sociedad contemporánea japonesa y el progresivo aislamiento del individuo. Cada autor se aproxima desde su órbita personal, bajo la cual subyace, a menudo, su propia experiencia vital. Nara ha conseguido acercarse a esa realidad por medio de sus pinturas y dibujos de niñas, que adoptan roles, actitudes y discursos propios del mundo de los adultos. Nara es “uno de los artistas contemporáneos más influyentes del pop japonés gracias a un universo que desmitifica la infancia como territorio ideal del ser humano”<sup>40</sup>. Los personajes de Nara, tanto por la incoherencia existente entre su dulce apariencia infantil y las alusiones al mundo adulto, como por el estilo de dibujo sim-

plificado, que recoge muchos de los estereotipos formales de las protagonistas del manga *shôjo*, recuerdan al célebre personaje Shin-Chan (fig.24), del mangaka Yoshito Usui. La niñas de Nara (fig.25) se distinguen por tener una gran cabeza y unos ojos enormes - a través de los cuales transmiten su psique - con un trazo suelto y simplificado, y una apariencia caricaturesca que remite al estilo SD (super deformed) empleado en algunos manga de temática humorística. “Los niños, expresados como personajes idiosincrásicos mediante una atrevida simplificación y modificación, como animales antropomórficos, así como una composición sencilla son cualidades visuales que se suelen asociar con los dibujos animados”.<sup>41</sup> En las viñetas de Yoshito Usui, los comentarios ingenuos y certeros de Shin-Chan ridiculizan las actitudes mostradas por los adultos retratados en la serie, y ponen de manifiesto el infantilismo hacia el que evoluciona la sociedad japonesa. A pesar de que el personaje de Shin-Chan es un niño de cinco años, sus observaciones socarronas y mordaces - impropias de un infante de su edad - ponen de manifiesto el sinsentido de muchos de los comportamientos habituales entre los adultos nipones.

“La obra de Nara conlleva implícita una ácida crítica a la sociedad actual que, aún manteniendo ciertos valores tradicionales, se ve sumergida en un proceso de expansión del consumo y de



23 Yoshitomo Nara + graf, “Torre de Málaga” (2007).

<sup>39</sup> NARA, Yoshitomo; en: MIYAMURA, Noriko. Op. cit.

<sup>40</sup> FERNÁNDEZ, Lola. Op. cit.

<sup>41</sup> TAE, Hyunsun. “¡Hagámoslo juntos!”. *Yoshitomo Nara + graf. Torre de Málaga*. p. 13.



25\_Yoshitomo Nara, "Cosmic eyes" (2007).

la influencia de la globalización. Esta crítica conceptual mediante signos propios de una sociedad tecnológicamente avanzada se manifiesta a través de sus dibujos, en los que representa a niñas aparentemente inocentes que reflejan la nostalgia por una etapa de la vida que pasa fugazmente. Influenciado por el manga, la cultura pop japonesa, la pintura renacentista, el grafiti, la música punk-rock y el minimalismo, pertenece a la generación *Superflat* del arte japonés<sup>42</sup>.

24



No obstante, la obra de Nara no se adscribe a todos los presupuestos de la corriente *Superflat* impulsada por Murakami, que engloba a la generación más joven de artistas nipones influenciados por el manga, el anime y la cultura pop japonesa. *Superflat* propugna la supresión de lo narrativo y de las emociones, pero las niñas de

Nara, con su compleja personalidad y su hondura psicológica jamás negarían el trasfondo narrativo existente en muchas de esas pequeñas historias.

*"Sus niñas miran acusadoramente con miradas torvas, oblicuas, o falsamente inocentes. (...) Son como esponjas, y absorben (y muestran) todo lo que ocurre en el mundo de los adultos. La decadencia, la violencia y la ansiedad por un futuro que, tanto en Oriente como en Occidente, pero quizá más radicalmente sentido en la cultura japonesa, se presenta incierto"*<sup>43</sup>.

*"Unos ojos gigantes que siempre, te pongas donde te pongas, te miran, te están interrogando, y de alguna manera te están haciendo culpable de lo que esos niños están sufriendo"*<sup>44</sup>.

<sup>42</sup> FRANCÉS, Fernando. "Presentaciones". *Yoshitomo Nara + graf. Torre de Málaga*. p. 9.

<sup>43</sup> FERNÁNDEZ, Lola. Op. cit.

<sup>44</sup> FRANCÉS, Fernando (Director del CAC Málaga); en: *Yoshitomo Nara + graf. DVD video*; CAC Málaga; Málaga, 2007.

*“Hasta los que están callados con los ojos cerrados están tramando algún plan”<sup>45</sup>.*

Existen una serie de clichés presentes en las imágenes de Nara, como el metalenguaje intrínseco al manga, que dificultan en ocasiones su comprensión inmediata por parte del espectador occidental. Sin embargo, lejos de provocar una reacción de rechazo o incompreensión, estos interrogantes enriquecen el sustrato de la obra, e invitan al espectador occidental a completar la narración. “Así su arte absorbió tradiciones artísticas que le permiten moverse con libertad entre Oriente y Occidente, entre lo viejo y lo nuevo, lo que convierte a su obra en un crisol de culturas: hizo suya tanto la cultura pop japonesa, con especial énfasis en los dibujos animados, como la música pop occidental, representada por el punk rock”<sup>46</sup>. Nara también se aproxima al arte pop más *warholiano* en su particular visión de la relación existente en su obra entre la cultura popular y la alta cultura.

Actualmente, se niega con frecuencia la existencia de una división entre ambos estamentos, que muchas veces responde más a una visión crítica del *establishment* artístico internacional que a la percepción del espectador de la calle. En occidente, aunque los límites entre una y otra se diluyen cada vez más - o dicho límite comprende un sector intermedio muy amplio y difuso - todavía existe la percepción popular de una distancia real

entre la cultura de la calle (una suerte de baja cultura) y la alta cultura con la que se identifica el arte contemporáneo. Sin embargo, en Japón, al margen de algunos comportamientos deudores de la colonización cultural occidental de la segunda mitad del siglo XX, nunca ha existido esa diferencia evidente entre la alta cultura y la cultura popular que sí se percibía en Europa y Estados Unidos.

La inclusión de referencias extraídas directamente del manga y el anime aproxima la obra de Nara a un público muy específico, constituido por aficionados de ambos medios, cuyos intereses se encuentran habitualmente en las antípodas de muchos de los temas retratados por el arte contemporáneo. Al defender la subcultura otaku como una parte fundamental de su discurso, Nara reivindica la categoría de arte para el manga y el anime, desligándose de las consideraciones tradicionales y de los prejuicios respecto al cómic esgrimidos por numerosos sectores sociales. La cultura popular no aparece con un carácter subversivo en su obra, como una crítica al sistema, sino que forma parte inseparable de su actividad creadora. Asimismo, la hibridación entre el arte y los lenguajes emblemáticos de la cultura pop juvenil en la obra de Nara apela a un espectador totalmente nuevo ajeno a los canales oficiales. Nara es un “influyente representante del neopop japonés y, como muchos de sus coetáneos, poseedor de un es-

<sup>45</sup> TAE, Hyunsun. Op. cit. p. 18.

<sup>46</sup> Ibid. p. 14.

<sup>47</sup> FERNÁNDEZ, Lola. Op. cit.

tilo influenciado por el grafiti y el manga, que muchas veces se observa con cierta condescendencia desde las órbitas más ortodoxas del *stablishment* europeo<sup>47</sup>.

En Japón, históricamente, nunca se han establecido diferencias entre el Gran Arte y las artes aplicadas. Todas ellas tienen la consideración de oficios - y a la vez de artes - entre la sociedad nipona. Una vasija o una pieza de cerámica será tan valorada como la mejor de las pinturas si es obra de un maestro. Esta ambigua unión entre alta cultura y cultura popular ya se ponía de manifiesto en las xilografías ukiyo-e del período Edo, dirigidas por igual a las clases populares y a los señores más pudientes, sin distinción de rango social y gustos, sin más diferencias que las impuestas por la economía de cada ciudadano. "En las Bellas Artes de Japón hay gran vinculación técnica entre la pintura, escultura y artesanía, y no se distingue entre las bellas artes y las artes decorativas. Cualquier objeto estéticamente bello es una obra de arte"<sup>48</sup>. Curiosamente, otras disciplinas contemporáneas como el cine, el manga o el anime, aún gozando de diferentes grados de distinción social, carecen de la consideración final de arte y únicamente son reconocidas como oficios.

"Nara recibía a menudo invitaciones para presentar sus pinturas en exposiciones relacionadas con los dibujos animados. Pero resulta difícil trazar con claridad

la línea divisoria entre pinturas y dibujos animados, y ello constituye el indicio del modo en que - consciente o inconscientemente - separamos el arte del no arte. Para entender el arte de Nara es importante superar esa distancia"<sup>49</sup>.

A ojos del espectador occidental, la distancia existente entre el arte contemporáneo y el manga es, si cabe, más acentuada; en especial si se tiene en cuenta que este último es un medio asociado a la subcultura otaku y que en Japón carece de cualquier identificación con las bellas artes. Los referentes visuales del manga no son fácilmente reconocibles en algunas de las obras de la generación *Superflat*, más presente en sus presupuestos teóricos. Además, las imágenes en blanco y negro del manga se alejan del universo policromo de Murakami, más influido por el imaginario colorista del anime.

Al contrario de lo que sucede en Occidente, donde ha existido una clara diferencia de estatus entre el artista y el artesano, en Japón la distancia entre las Bellas Artes y las artes aplicadas siempre ha merecido una opinión ambigua. Este hecho condiciona enormemente la consideración de las figuras del artista y del artesano en el Japón tradicional. El alfarero o el tejedor ha gozado habitualmente de un estatus similar al del pintor o el escultor, incluso en la actualidad, mientras que en Europa y Estados Unidos esto sería impensable.

<sup>48</sup> UCHIDA, Keiichi. "Grabado budista en Japón". *Budismo. Monjes, comerciantes y samuráis. 1.000 años de estampa japonesa*. p.36.

<sup>49</sup> TAE, Hyunsun. Op. cit. p. 13.

En Japón, el ideal clásico de lo bello o lo hermoso viene definido por el concepto estético del *wabi-sabi*, heredero de la filosofía budista zen. Siendo el *wabi-sabi* un concepto tan ambiguo, que define la perfecta imperfección, no es de extrañar que su uso en el ámbito de las artes resulte en ocasiones confuso. Esta categorización puede ser aplicada por igual a una pintura, una taza de cerámica o una composición floral de *ikebana*. “Austeridad, espiritualismo, refinamiento extremo, simplicidad, ausencia de intelectualismo o doctrina, intuición inmediata o conceptualismo, armonía en la asimetría, vacío, actitud meditativa son rasgos que definen la estética del té o lo que es lo mismo el concepto de *wabi*”<sup>50</sup>.

A menudo, los dibujantes japoneses de manga rehuyen la consideración de artistas. En Japón la profesión de *mangaka* está tan institucionalizada como cualquier otro oficio. Frente a esta situación, los dibujantes de cómic europeo gozan de un estatus privilegiado, elitista y próximo a la situación de otros artistas plásticos. Los autores estadounidenses se hallan en una posición intermedia. El mercado americano goza de una gran tradición, y bate por número de ventas a la industria europea, por su vocación claramente comercial y por apelar a un consumidor más genérico, sin la orientación madura y el carácter bibliófilo del lector de cómics europeo. En Estados Unidos se establecen claras diferencias entre los dibu-

jantes incipientes o mediocres, y los autores consagrados, que ostentan un estatus de culto similar al de los grandes artistas plásticos y directores de cine. Salvo casos excepcionales, los *mangaka* japoneses nunca se definen a sí mismos como artistas. Incluso los dibujantes más veteranos, con varias series de éxito en su haber, rechazan esta denominación. Más aun, entre los propios autores nipones se muestran cautelosos al hablar en estos términos de las obras de sus compañeros. “Ciertas obras son en verdad un arte, pero sólo el tiempo dirá las que han perdurado como tal”<sup>51</sup>.

Tal vez el principal escollo a superar para que Japón tome conciencia del manga como un arte no radica en su indistinción entre la alta y la baja cultura, sino, precisamente, en la creencia tradicional de que cualquier objeto bello o estético debe ser considerado como una obra de arte. El carácter utilitarista y comercial del manga, caracterizado por las impresiones de baja calidad, así como su naturaleza efímera, concebido para usar y tirar, contradice la propia condición del objeto contemplativo arraigada en la tradición japonesa de siglos pasados.

“Creo que el manga en sí mismo es algo muy japonés. Especialmente cuando se elige abreviar, deformar, significar, y hacer las cosas con un entendimiento tácito mutuo con el lector. Si uno se fija en los conceptos básicos del arte occidental como un in-

<sup>50</sup> FALERO, Alfonso J. “El pensamiento japonés desde Heian hasta Edo”. *Budismo. Monjes, comerciantes y samuráis. 1.000 años de estampa japonesa*. p.33.

<sup>51</sup> Matsumoto Leiji, en el curso de una entrevista, en: KOYAMA-RICHARD, Brigitte. Op. cit. p. 201.

tento de capturar la naturaleza o la realidad, en Japón uno se da cuenta de que se intenta simplemente abreviar las cosas o no dibujar las cosas per se, sino la sombra de ellas”<sup>52</sup>.

La consideración de la obra de algunos dibujantes de manga como arte, o su equiparación con otros artistas plásticos de renombre, ha venido dada por parte de algunas iniciativas originadas en occidente, y no en Japón, como cabría pensar inicialmente. Al margen de los intentos de Murakami, Nara u otros artistas del *Superflat* japonés por introducir directamente objetos y referentes de la cultura popular, e imágenes e ilustraciones de autores del manga o animadores de la industria del anime, la sociedad japonesa no recoge ninguno de estos medios bajo la categorización de bellas artes. En cambio, tanto en Europa como en Estados Unidos, en las últimas dos décadas han aumentado considerablemente el número de exposiciones, mayoritariamente retrospectivas, que recogen bajo un espacio expositivo - museos, galerías y centros de arte - la obra de autores de manga y directores de anime japoneses. Muchas veces, esta intrusión viene de la mano de algún otro dibujante occidental, o a modo de colectiva, conciliando la obra de algunos mangaka consagrados internacionalmente con la de sus homólogos europeos y americanos; como las exposiciones conjuntas de Miyazaki y Jean Giraud “Moebius” celebrada en el Palacio de la

Moneda de París a comienzos del año 2005, las muestras itinerantes de Yoshitaka Amano, o la Exposición de Tezuka celebrada en el Museo de Arte Asiático de San Francisco (San Francisco’s Asian Art Museum), que recogía diseños e ilustraciones del autor, simultaneándolos con obras de artistas del Ukiyo-e.

El tratamiento económico, casi mercantilista, que emplea Murakami como parte inherente a su propuesta artística, constituye un nuevo eslabón en su estrategia por unificar el arte elevado - las bellas artes - y la cultura popular. Murakami se aleja así de los clichés artísticos de la *Factory* de Warhol y otras iniciativas similares, y se adentra plenamente en las estrategias y mecanismos comerciales empleados en las sociedades de consumo capitalistas. “El artista es célebre por forjar un nuevo modelo empresarial basado en la transformación de estrategias de mercado. Este esquema también puede atribuirse al cambio global de una sociedad basada en el consumo, que ha pasado a convertirse en una economía orientada a los servicios, lo que diferencia a Murakami de Andy Warhol y de sus coetáneos, Jeff Koons y Damien Hirst. Además de crear obras de arte, Murakami ha generado toda una constelación de actividades auxiliares que forman parte de su práctica y en las que se convierte en comisario de exposiciones, conferenciante, coordinador de eventos, presentador de radio, columnista de prensa y agente de artistas emergentes”<sup>53</sup>.

<sup>52</sup> KOTOBUKI, Shiriagari. *Nihonga painting: Six Provocative Artists*. Yokohama Museum of Art. Yokohama, 2006. p.70-73 [en: YAMAGUCHI, Yumi. Op. cit. p.10-11].



En el año 1996, Takashi Murakami crea un estudio de arte contemporáneo llamado Hiropon Factory, a imagen de la Factory neoyorquina fundada por Andy Warhol en la década de 1960, aunque con pretensiones y enfoque claramente diferenciado. Warhol reivindicó la faceta más mercantil del arte contemporáneo como parte intrínseca de la sociedad de consumo, y constituía un elemento clave en su discurso creativo. No obstante, The Factory se aproximaba más a la imagen tradicional de un estudio multidisciplinar, con multitud de autores diferentes y donde también se organizaban fiestas y eventos, frente a la dimensión estrictamente empresarial que ha adoptado Murakami. “Aunque los dos artistas asumirían el arte como objeto de consumo y negocio, la empresa de Murakami sigue la estructura de una empresa tradicional, más que un centro como escenario artístico”<sup>54</sup>. Tras el éxito cosechado

con la primera propuesta, en el año 2001 Murakami funda la empresa KaiKai Kiki Co., Ltd., heredera de la Hiropon Factory original, y a la cual termina por absorber. Tal como reza el ideario de la compañía KaiKai Kiki Co., “sus objetivos como empresa incluyen la producción y promoción de obras de arte, el apoyo y representación de una selección de jóvenes artistas, la gestión general de acontecimientos y proyectos, y la producción y promoción de artículos de *merchandising*”<sup>55</sup>. En apenas unos pocos años, lo que originalmente era un pequeño taller de artistas termina por convertirse en un complejo entramado empresarial, con más de un centenar de trabajadores regulares y sedes en Japón (Hiroo y Tokyo, donde se sitúa la sede central) y Estados Unidos (Long Island City en Nueva York). Junto al propio Murakami, en la actualidad la empresa representa a los jóvenes artistas japoneses Chiho

26\_Chiho Aoshima, “City Glow, Mountain Whisper” (2006). Instalación en la estación de Metro de Gloucester (Londres). ©2006 Chiho Aoshima/Kaikai Kiki Co., Ltd.

29\_Aya Takano, “The ruins changed me” (2006). Acrílico sobre lienzo ©2006 Aya Takano/Kaikai Kiki Co., Ltd.



<sup>53</sup> Museo Guggenheim Bilbao [en línea]. ©MURAKAMI.

<sup>54</sup> Ibid.

<sup>55</sup> KaiKai Kiki Co., Ltd. [en línea]. *What is KaiKai Kiki?*



27\_Chinatsu Ban, "Fish Eyes - Sixth of Ten Brothers" (2005). Fibra de vidrio, acero y pintura acrílica y de uretano ©2005 Chinatsu Ban/Kaikai Kiki Co. Ltd.

Aoshima, Chinatsu Ban, Mahomi Kunikata, Mr., Rei Sato y Aya Takano (fig.26-29). "El principio de la interpretación entre las bellas artes y las artes aplicadas es visible en el desarrollo y la adaptación de las pinturas pop estereotipadas de figuras populares, como Mickey Mouse o Sailor Moon, y en la comercialización de objetos auxiliares de su Hiropon Factory, creada en 1995"<sup>56</sup>.

espacio expositivo recuerdan inequívocamente a la convención de *dôjinshi* organizada en la capital nipona. Incluso la periodicidad, bianual en ambos casos, aproxima la propuesta de Murakami al mecanismo de distribución de los círculos de fanzine y de las convenciones de otaku.

28\_Rei sato, "A Mysterious Night, an ordinary Night" (2008).



Entre otras actividades, Kaiikai Kiki Co. organiza desde el año 2002 la feria de arte Geisai en Tokyo, con carácter bianual, dirigida a la difusión y promoción de nuevos talentos artísticos en Japón. El mecanismo de exposición y comercialización, no obstante, está a medio camino entre las grandes ferias de arte occidentales y el planteamiento comercial del Comiket celebrado en Tokyo. La distribución de los participantes, el número de asistentes, el enfoque más próximo al de un mercado que al de un

Murakami ha manifestado reiteradamente su interés por el anime japonés, así como su gran admiración por el estudio de animación Gainax y el Director Hayao Miyazaki, responsable del Studio Ghibli. Sin embargo, al mismo tiempo hacía hincapié sobre la dificultad para conjugar su interés por el arte contemporáneo y la cultura pop nipona. *"Otro obstáculo con el que me he topado es la diferencia inherente en la práctica artística japonesa y occidental, y el frustrante estatus de 'no-artístico' que acarrea gran parte del arte japonés, tanto dentro como fuera del país. (...) Este enfoque - de*

<sup>56</sup> JANSEN, Gregor; en: GROSENICK, Uta; y RIEMSCHEIDER, Burkhard (Ed.). Op. cit. p.204.

no temer las barreras, de tener presente siempre la estructura más amplia, y de abordar los problemas desde el núcleo - se ha convertido en un pilar básico de las actividades de la empresa *Kaikai Kiki*<sup>57</sup>. En el año 2004 KaiKai Kiki Co. inauguró un estudio de animación en el distrito de Daikanyama (posteriormente trasladado a Motoazabu) en Tokyo, destinado a la producción de piezas audiovisuales y proyectos de animación del propio Murakami, así como de otros artistas integrados en la multinacional. La primera obra animada de Murakami surgió a raíz de una colaboración entre el artista y Louis Vuitton en el año 2002, con motivo de la cual Murakami produjo un corto de anime de apenas cinco minutos de duración titulado *Superflat Monogram*.

Las colaboraciones entre Murakami y otros artistas, animadores, músicos o diseñadores forman parte de su estrategia por conjugar el arte contemporáneo, las artes aplicadas, la visión empresarial y la subcultura otaku. La colaboración con Louis Vuitton no se limitó únicamente a la producción del corto *Superflat Monogram*, sino que comprendía encargos de diseño corporativo junto al director artístico de la marca, Marc Jacobs, rediseñando la lona *Monogram* de la firma francesa con motivos multicolor. Murakami intervino en multitud de proyectos transversales de similar envergadura, y posibilitó que otros artistas integrantes de la factoría KaiKai Kiki Co. cooperasen en nuevas

iniciativas empresariales. Entre otras propuestas, Murakami colaboró en el año 1999 en un proyecto conjunto con el diseñador de Issey Miyake, Naoki Takizawa, para la elaboración de una colección de ropa de este sello comercial. Asimismo, actuó de nuevo en un proyecto de moda junto con Hiroshi Fujiwara, con intervenciones sobre productos de diferentes marcas internacionales, cuyo resultado se plasmó en la muestra "Hi&Lo", comisariada por el propio Fujiwara en la galería de KaiKai Kiki Co., Ltd.

Si bien el proyecto de Murakami resulta particularmente llamativo, por su visibilidad y espectacular puesta en escena, la injerencia de los artistas del estilo *Superflat* japonés en las estrategias comerciales de la cultura popular es una práctica común. A otra escala, Yoshitomo Nara conjuga la visión tradicional del mercado del arte con propuestas mercantiles, como la venta masiva de productos de bajo coste que lucen su sello personal. Nara y Murakami perpetúan esta unión entre la alta cultura y la cultura popular comercializando muñecos, camisetas y *merchandising*, habiendo convertido su imagen de marca personal en el objeto artístico per se (fig.30). Al igual que ocurría antaño en Japón, para Murakami y Nara la única diferencia entre la artísticidad de uno de sus pequeños llaveros o una gran pintura expuesta en un museo estriba únicamente en las limitaciones de precio de una pieza y otra. Más que la visión subversiva o antisistema que se

<sup>57</sup> MURAKAMI, Takashi; en: KaiKai Kiki Co., Ltd. [en línea]. *What is KaiKai Kiki?*

<sup>58</sup> NARA, Yoshitomo; en: FERNÁNDEZ, Lola. Op. cit.

pretende dar en ocasiones desde occidente, esta indistinción entre los artículos que en otro caso alimentarían las tiendas de souvenirs de un museo, y las obras expuestas en las salas del mismo, es un reflejo de la tradición cultural nipona y su extrapolación al mercado del arte contemporáneo. Yoshitomo Nara concluía al respecto: “Nunca he separado la cultura popular del arte, aunque reconozco que son dos audiencias diferentes: la que compra pintura y la que compra camisetas. Me gustaría conectar con las dos y siempre busco la manera de hacerlo”<sup>58</sup>.

“Toda esta generación de artistas japoneses que eclosionan a finales de los años ochenta y durante toda la década de 1990, además de tomar una cierta consciencia de la realidad social, también tratan de poner en tela de juicio los propios roles que juega el arte y los artistas en la sociedad actual, así como en el sistema mercantil en el cual se vende, se compra y se negocia con la obra. Muchos de ellos se han dado cuenta de que existe otro mercado, no ese mercado minorista, ese mercado elitista circunscrito a una serie de galerías, sino que existen otras posibilidades a través de la producción en serie de pequeñas obras camufladas como elementos de *merchandising* o

simplemente como juguetes de adulto”<sup>59</sup>.

En opinión de Takashi Murakami, los orígenes del enorme desarrollo del manga y el anime en Japón se encuentran estrechamente ligados a las bombas atómicas de Hiroshima y Nagasaki. Las bombas que pusieron fin a la larga Guerra del Pacífico habían causado una situación de pavor y de profundo trauma popular sin parangón en la historia de la humanidad.

Para Murakami, el pueblo nipón, deseoso de superar los horrores vividos y decidido a avanzar hacia un futuro más prometedor, habría iniciado una recuperación económica y tecnológica milagrosa, con arreglo a una lógica y a una filosofía vital muy japonesa y, por ende, muy posmoderna.

“*Little Boy*, la última de mi trilogía de exposiciones mostrando la cultura otaku, era mi oportunidad de hablarle a la gente sobre el país que dio a luz la serie de anime *Pokemon* que ven sus hijos. Japón ha deambulado por un largo camino, desde la bomba atómica y la derrota en la guerra, hasta llegar a la cultura actual. La bomba atómica ha creado un trauma en la psique japonesa. Japón se ha convertido en la marioneta de estados Unidos, incapaz de tomar decisiones



<sup>58</sup> TORRE (de la), Iván; en: *Yoshitomo Nara + graf.* DVD video. CAC Málaga. Málaga, 2007.

<sup>60</sup> MURAKAMI, Takashi. *Geijutsu Kigyoron*. p. 233-234.



autónomas acerca de la guerra o los asuntos de estado. Pero a cambio de autonomía, los americanos nos dieron paz. Quería que occidente conociese el hecho singular e indiscutible de que la subcultura otaku es necesariamente arte en Japón”<sup>60</sup>.

Dentro de la trilogía de exposiciones de Murakami - dirigidas a difundir la cultura pop japonesa en un entorno más académico y socialmente elevado, equiparándola al arte institucional - *Little Boy* plasmaba con mayor exactitud y contundencia el sentir del artista nipón. *Little Boy* fue el nombre elegido para la bomba atómica que el bombardero estadounidense B-29 Enola Gay lanzó sobre la ciudad de Hiroshima el 6 de agosto de 1945. La elección de Murakami pone de relieve el importante papel que este otorga al ataque atómico norteamericano sobre las dos ciudades

japonesas en la conformación del carácter nipón y del espíritu que como nación les ha definido en el último medio siglo. Asimismo, en esta muestra Murakami reivindicaba con especial énfasis la importancia de la subcultura otaku como parte indispensable de la cultura nipona contemporánea, y el carácter artístico de manifestaciones genuinamente japonesas como el manga o el anime. Como en otras exposiciones pasadas, *Little Boy* enfatizaba sobremanera en la importancia de la subcultura otaku en el arte contemporáneo japonés. La muestra comisariada por Murakami recogía obras muy dispares de numerosos creadores contemporáneos nipones, afines a la corriente *Superflat* impulsada por el gurú artístico japonés. *Little Boy* constituía “una fascinante introducción a los artistas y a la sociedad que los engendró: un Japón que aún arrastra las ci-

31\_Takashi Murakami, “Tan Tan Bo Puking - a.k.a. Gero Tan” (2002). Acrílico sobre lienzo montado sobre tabla ©Takashi Murakami/Kaikai Kiki Co., Ltd., 2002.

<sup>61</sup> YAMAGUCHI, Yumi. Op. cit.

<sup>62</sup> Acrílico sobre lienzo montado sobre tabla. Medidas: 360 x 719,9 x 6,7 cm.

catrices de la destrucción atómica, un Japón con una inclinación por lo mono e infantil, un Japón cuya industria del manga y el anime desea dominar el mundo”<sup>61</sup>.

En el conjunto de la obra de Murakami, el cuadro titulado *Tan Tan Bo Puking - a.k.a. Gero Tan* (Tan Tan Bo vomitando; fig.31) desempeña un papel particularmente significativo; para muchos críticos es una obra paradigmática de la evolución profesional de Murakami y ejemplifica el sentir artístico del autor japonés. La teoría *Superflat* de Murakami, la imbricación entre las técnicas tradicionales pictóricas y las alusiones formales a la cultura pop nipona, o la importancia del bombardeo atómico americano en el desarrollo social de Japón, se condensan en esta pintura. En esta monumental obra de casi cuatro metros de alto y más de siete de largo<sup>62</sup>, el autor aborda el consumismo extremo en el que se hallan inmersas las sociedades capitalistas, y como este les conduce irremediablemente a la destrucción. En opinión del propio Murakami, *Tan Tan Bo Puking* es, asimismo, una obra intimista y de carácter autobiográfico. Como se expuso con anterioridad, Mr. DOB es el alter ego de Murakami. El cuadro en cuestión es un autorretrato del artista, como el mismo ha manifestado, presidido por la figura autorreferencial de DOB. A pesar de la atmósfera colorista que impregna toda la imagen, y del carácter habitualmente entrañable de DOB y otros personajes del universo fantástico de Murakami

como Kaikai o Kiki, el autor se presenta bajo la figura de un ser monstruoso, corrupto y alienado. Murakami ofrece una visión apocalíptica, propia del imaginario del manga y el anime, deudora de las bombas de Hiroshima y Nagasaki, junto con otros referentes extraídos de su niñez, como el manga *Ge Ge Ge no Kitarô* de Shigeru Mizuki<sup>63</sup>(fig.32) y las películas de terror del cine estadounidense.

*Little Boy* es el título de la tercera de las exposiciones comisariadas por Murakami a comienzos de este siglo, con el fin de dar a conocer la cultura popular japonesa y su teoría artística del estilo *Superflat*. Sin embargo, los japoneses no llamaron “Little Boy” a la bomba atómica lanzada sobre Hiroshima, sino *Pika-don*. Como muchos otros elementos expresivos utilizados a menudo en el idioma japonés, *Pika-don* es un término de origen onomatopéyico. *Pika* se puede traducir como eléctrico, aun cuando en realidad su significado se aproxima más al concepto “extremadamente brillante y repentino”, como las luces de neón, que en su parpadeo parecen gritar en japonés: *pika-pika-pika*. El célebre personaje del anime Pokémon, Pikachu, toma su nombre de un modo similar; al concepto Pika se une el sufijo “chu”, que es, en opinión de los japoneses, el sonido que emiten los ratones para comunicarse. Pikachu denota, en definitiva, ratón eléctrico o “ratón extremadamente brillante”. El sufijo don referido a la bomba remite al atronador ruido

<sup>63</sup> Shiguero Mizuki, autor del manga *Ge Ge Ge no Kitarô*, obtuvo el gran premio del festival de Angoulême en el año 2007 por su obra *NonNonBâ*.



de la explosión, o al estruendo que provoca un objeto extremadamente pesado cuando cae al suelo. La definición japonesa de la bomba fue terriblemente descriptiva: una luz brillante y algo que aplastaba el suelo.

Para Murakami, la distinción existente en la cultura japonesa entre los conceptos de *honne* y *tatemae* es la que articula la posibilidad de recuperación social tras la hecatombe vivida a raíz de la Guerra y los bombardeos de Hiroshima y Nagasaki. En este contexto, el manga actuaría como un catalizador de la catarsis popular, que permitiese a la ciudadanía japonesa expresar sus traumas sin ahondar en la herida: una forma de enterrar la tragedia sin tener que revivirla una y otra vez. En opinión de Murakami, ante esta situación los artistas oficiales obviarían el trauma y continuarían trabajando en otros temas que no remitiesen a las atrocidades pasadas. No obstante, los artistas marginales y *underground*, aquellos que se moviesen a nivel del *honne* (de lo privado), crearían un manga que actuase de algún modo como expiación, que exorcizase los demonios de las bombas, y que permitiese verbalizar los horrores y los traumas que, de otro modo, no tendrían salida. Ajenos a los canales oficiales y a los lenguajes exclusivos de la alta cultura, los artistas del manga expresaban lo que sentían, ya que eso era, precisamente, lo que la sociedad demandaba de ellos. Los autores del manga y el anime “estaban trabajando en

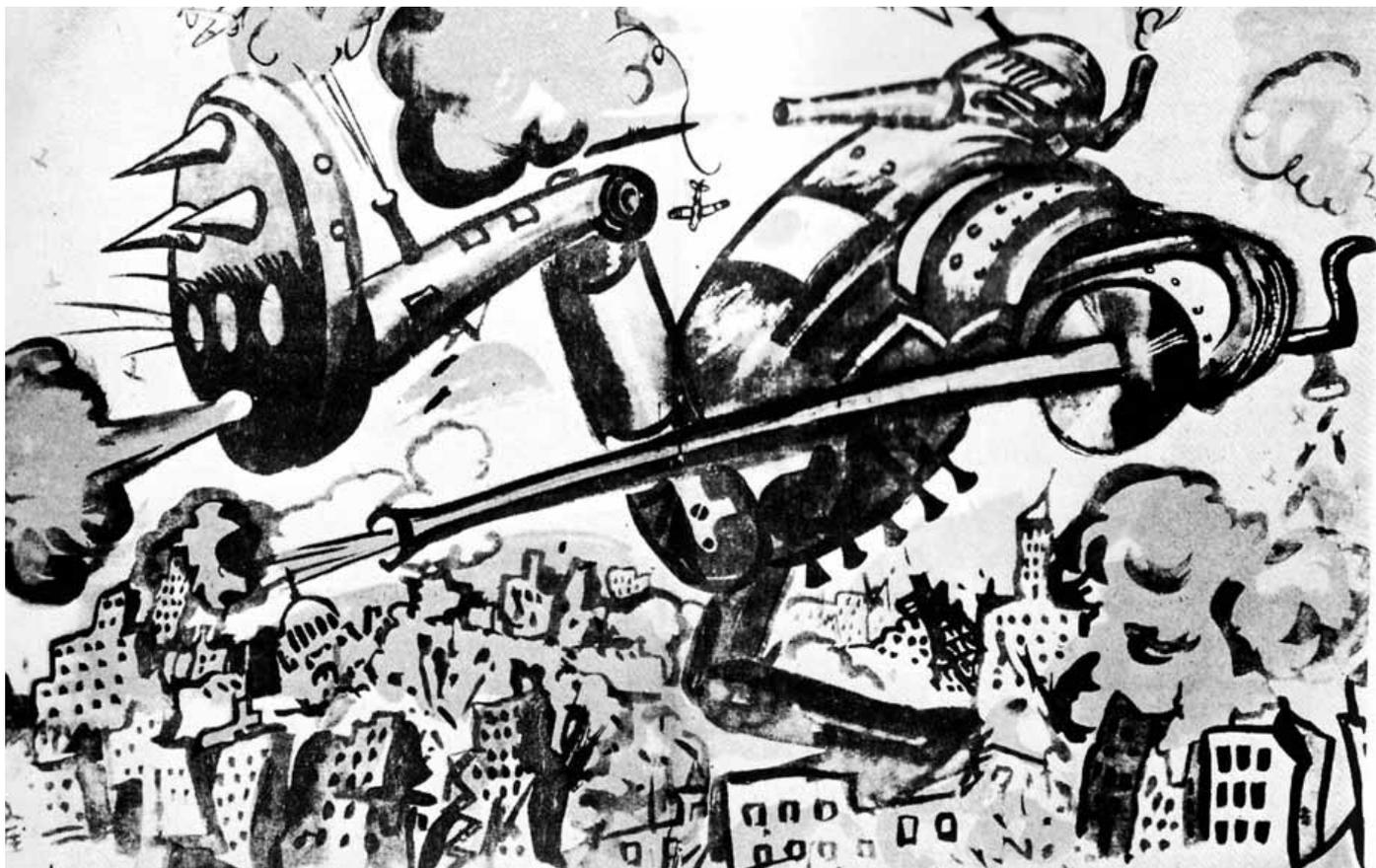
una frecuencia cultural más baja, en el dominio del *honne*, o los sentimientos reales, y por tanto eran libres para expresar lo que ellos mismos (y otros) sentían en realidad. No sólo eran libres de hacerlo, sino que se esperaba que lo hiciesen”<sup>64</sup>.

Takashi Murakami concluye que Japón se convirtió en la primera sociedad pos-apocalíptica del mundo, “heredera de dos bombas atómicas, y cuyos traumas subterráneos les fuerzan - en su opinión - a ver el mundo de nuevo, y cuya visión se expresa mejor a través de un medio marginal y sin censura como el manga y el anime”<sup>65</sup>. En consecuencia, el anime y el manga son las expresiones de esa sociedad, los reflejos y ecos de ese nuevo mundo. En opinión de algunos investigadores, sin resultar excesivamente novedosa, la teoría de Murakami es interesante por plantear que “la idea de que un evento sin precedentes e inconcebible (...) podría producir en una sociedad muy específica una manifestación artística que, en virtud de las normas y protocolos imperantes en dicha sociedad, deba permanecer en un estrato marginal. (...) Siendo formas de arte marginales a las que les llevaría años alcanzar a un público masivo, (...) el manga y el anime fueron inicialmente libres para expandirse más allá de los límites impuestos por la presión social y las expectativas, y para dar respuesta, en su lugar, a las necesidades de los lectores y espectadores de un modo mucho más directo”<sup>66</sup>.

<sup>64</sup> KELTS, Roland. Op. cit. p.26.

<sup>65</sup> Ibid. p.12.

<sup>66</sup> Ibid. p.26.



Habitualmente y durante muchos años, los artistas japoneses evitaron reflejar los desastres de la guerra en sus obras. Tuvieron que pasar varias décadas desde el fin de la Guerra del Pacífico hasta la aparición de las primeras publicaciones que contasen las miserias sucedidas a raíz de las explosiones en Hiroshima y Nagasaki, o reflejasen con realismo - alejadas del la imagen idealizada del soldado heroico y temerario - la crueldad del conflicto. En contra de la tesis sostenida por Murakami, algunos investigadores apuntan que el auge creativo experimentado por el manga en las décadas de 1960 y 1970 se debía a un enfrentamiento intelectual más convencional, entre las fuerzas de la izquierda más progre-

sista y combativa y los partidos políticos más conservadores en Japón. Para estos críticos, las populares historias del manga de estas décadas transmitían un mensaje político directamente relacionado con los acontecimientos presentes, ajenas por completo a los desastres de las bombas o los traumas de la II Guerra mundial, y que personajes célebres como el ninja Kamui o Joe (de *Ashita no Joe*), simplemente reflejaban las inquietudes e incertidumbres políticas de su época.

Algunos de estos investigadores apuntan a la existencia de relatos fantásticos de destrucción, con anterioridad al lanzamiento de las bombas atómicas en 1945, plagados de monstruos

<sup>67</sup> CAREY, Peter. *Equivocado sobre Japón. El Viaje de un Padre y su Hijo*. p. 109-110.

<sup>68</sup> En 1988, por la novela "Óscar y Lucinda" y en el año 2001, con "La verdadera historia de la banda de Kelly".



34 gigantescos y robots destructores, como una evidencia de que el imaginario apocalíptico representado recurrentemente en el manga no es fruto del trauma vivido en la guerra. “Al principio había estado tentado de considerar el robot una suerte de Godzilla mecanizado, una metáfora del poder tecnológico de la bomba atómica. Sin embargo, mi idea quedó desautorizada cuando descubrí unos dibujos salvajes y aterradores creados dos años antes de Hiroshima titulados *Kagaku Senshi New York ni Shutsugensu*”<sup>67</sup> (“El Guerrero Científico Aparece en Nueva York”, de R. Yokoyama; fig.33).

No obstante, independientemente de la veracidad de este supuesto, se puede afirmar con

convencimiento que las bombas atómicas influyeron enormemente en la visión pragmática de la sociedad japonesa contemporánea, y en las numerosas distopías futuristas y finales apocalípticos reflejados en multitud de historias de los manga. El escritor australiano Peter Carey, dos veces ganador del Premio Booker<sup>68</sup>, manifestó a raíz de una visita a la exposición titulada *My Reality: Contemporary Art and the Culture of Japanese Animation*<sup>69</sup>, organizada en el año 2001 en el Museo de Arte de Brooklyn (fig.34), y en la que se mostraba la obra de varios autores japoneses e internacionales, entre los que se encontraban Takashi Murakami, Mariko Mori, Yoshitomo Nara o Paul McCarthy, entre otros: “Buscaba en

<sup>69</sup> Mi realidad: El arte contemporáneo y la cultura de la animación japonesa.

cualquier artefacto cultural ecos de la bomba atómica, el bombardeo de Tokyo, la ocupación estadounidense, el modo en que una sociedad orgullosa y aislada había librado la guerra, había sufrido la guerra y había emergido de ella"<sup>70</sup>. Probablemente las bombas atómicas de Hiroshima y Nagasaki no sean responsables en solitario de la trayectoria seguida por Japón en el último medio siglo. Sin embargo, sí constituyen el germen para el crecimiento y desarrollo del manga, y para la conformación de la sociedad japonesa, singular e idiosincrásica, que de otro modo nunca habría llegado a ser igual. Sin estos precedentes no existirían la cultura pop, el anime y el manga. La subcultura pop contemporánea es el resultado de la asimilación por parte de la sociedad japonesa de numerosos referentes visuales de otros países, de su tradición histórica, artística y religiosa de siglos pasados, del resurgir económico de la nación tras la II Guerra Mundial, y de saberse el único pueblo que ha experimentado los horrores y la devastación de un ataque nuclear. Sin las bombas "tampoco existiría Godzilla. (...) Godzilla siempre había sido la respuesta autorreflexiva de Japón al horror de Hiroshima. El monstruo era la bomba"<sup>71</sup>. Carey concluye al respecto: "Descubría los efectos de la Segunda Guerra Mundial en casi todos los animes que veíamos, en los omnipresentes niños de poderes prodigiosos que amenazaban con aniquilar el universo"<sup>72</sup>.

El mangaka Keiji Nakazawa padeció siendo un niño los horrores de la guerra y sobrevivió junto a su madre a la explosión de la bomba atómica en Hiroshima. Sin embargo, tras la muerte de esta, varios años después del fin de la II Guerra Mundial, se vio afectado de nuevo por una experiencia terrible y traumática como resultado de la exposición a la explosión nuclear. Después de incinerar a su madre, los huesos de ella se convirtieron por completo en polvo, sin dejar rastro alguno, a causa de los efectos del cesio radiactivo liberado durante la detonación. Este hecho le causó un gran impacto y conmoción. Como si de un revulsivo se tratase, Nakazawa decidió retratar lo sucedido en una de las obras cumbres del manga japonés: *Hadashi no Gen*<sup>73</sup> (1973; fig.35). Narró no solo los horribles momentos inmediatamente posteriores a la destrucción de Hiroshima, sino también los años previos al desarrollo y finalización de la guerra, inmersos en las campañas probelicistas y de propaganda ultra-nacionalista impulsadas por el gobierno militar de Japón, así como las humillaciones vividas a manos del ejército estadounidense en los años posteriores al fin de la guerra y mientras duró el gobierno de ocupación americano. En esta obra, recopilada en diez tomos, Nakazawa mostró su odio hacia Estados Unidos por haber arrojado las bombas y por las atrocidades cometidas en la posguerra, pero también hacia el emperador Hiroito, el gobierno militar y todos

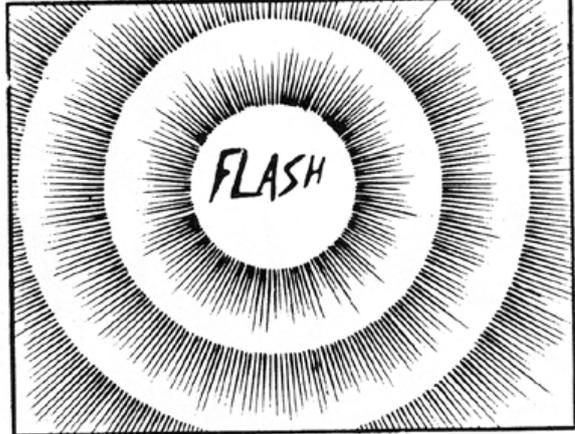
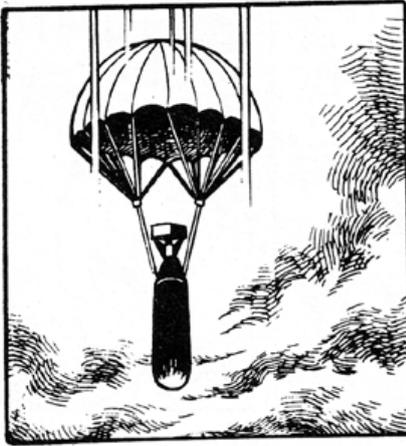
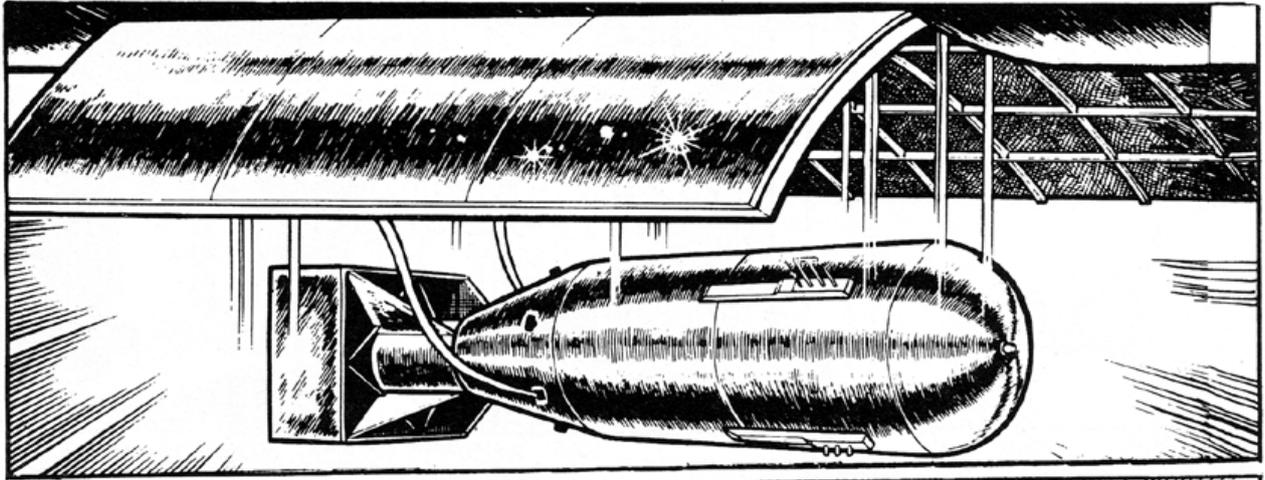
32\_ &gt;&gt;

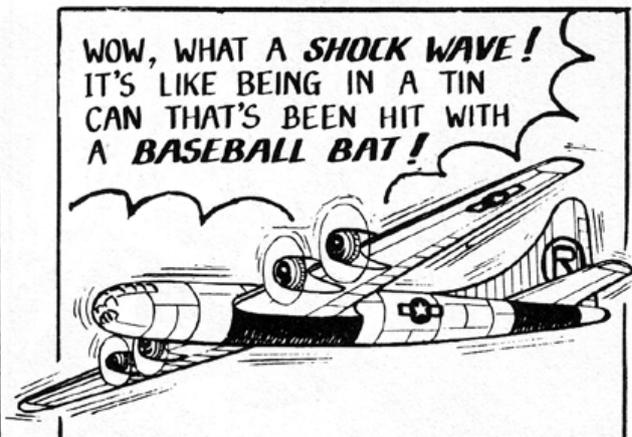
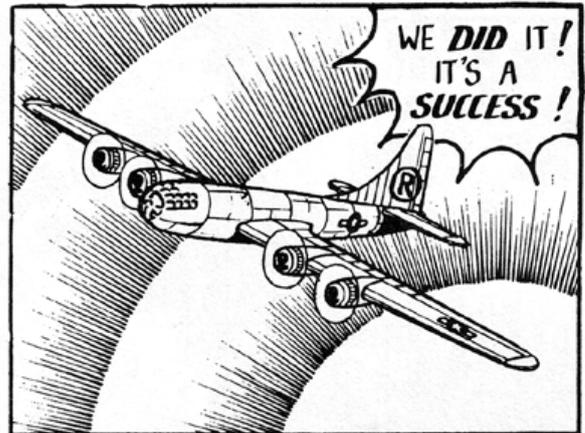
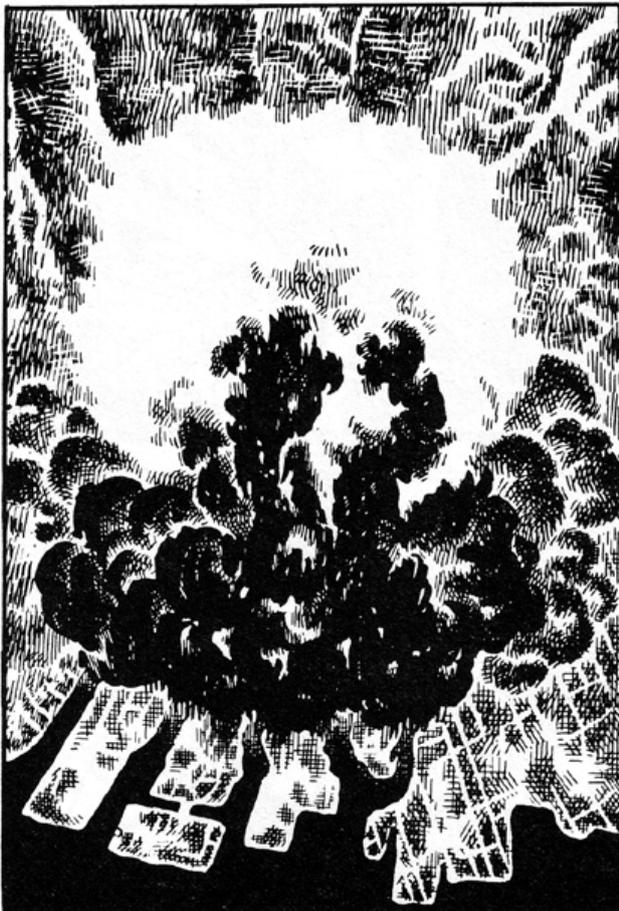
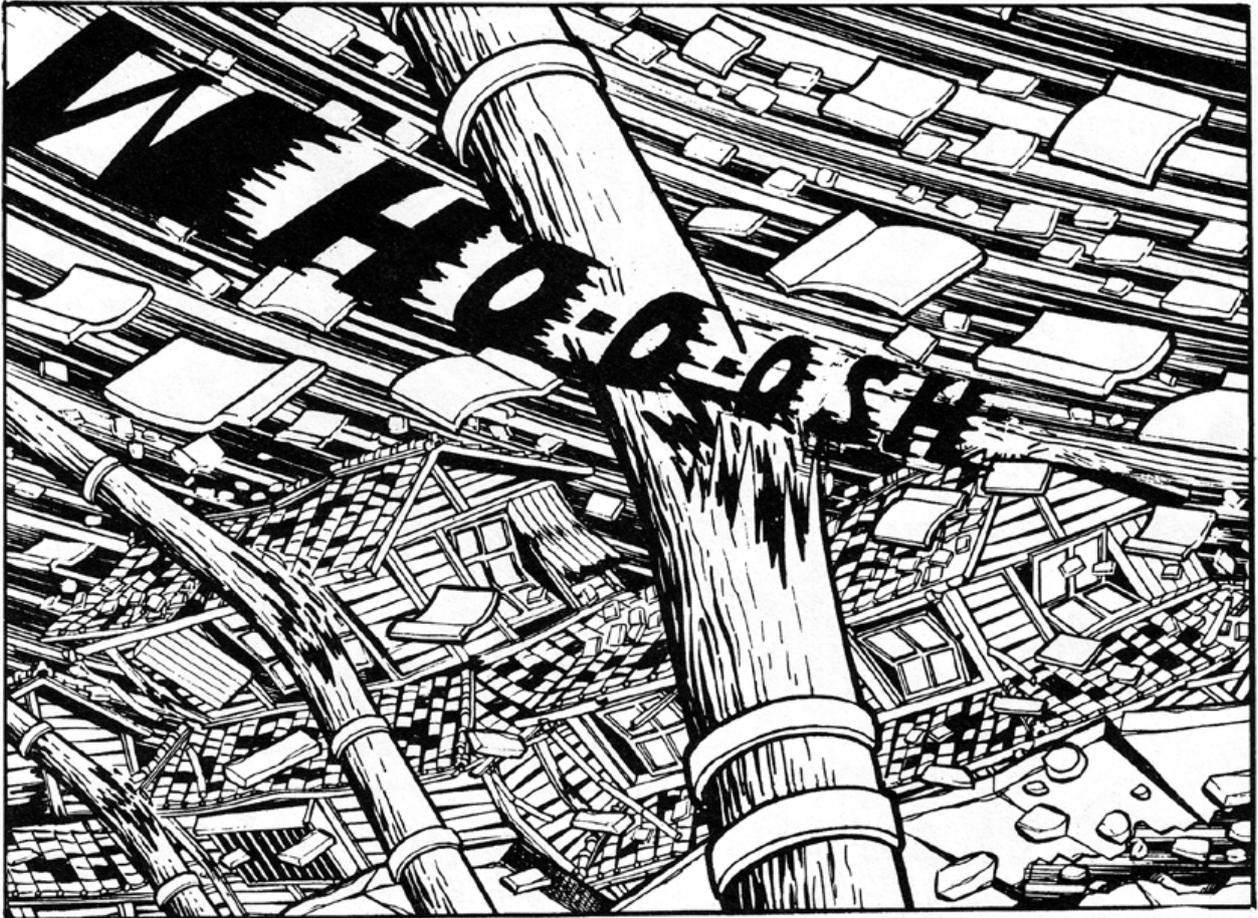
<sup>70</sup> CAREY, Peter. Op. cit. p. 73-74.

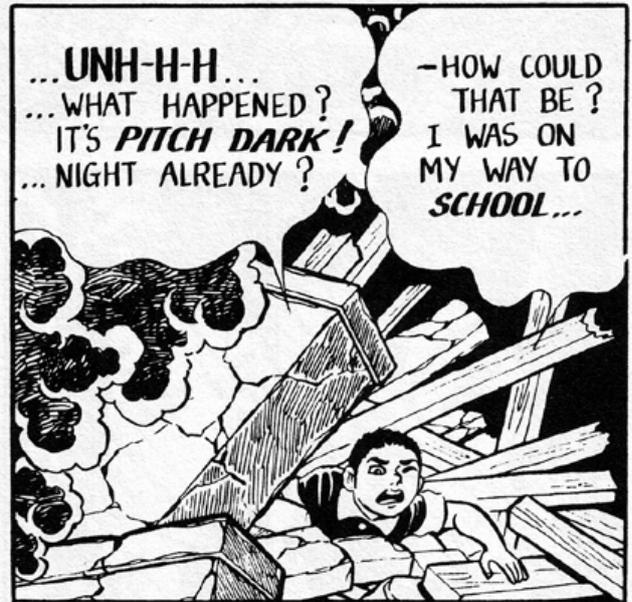
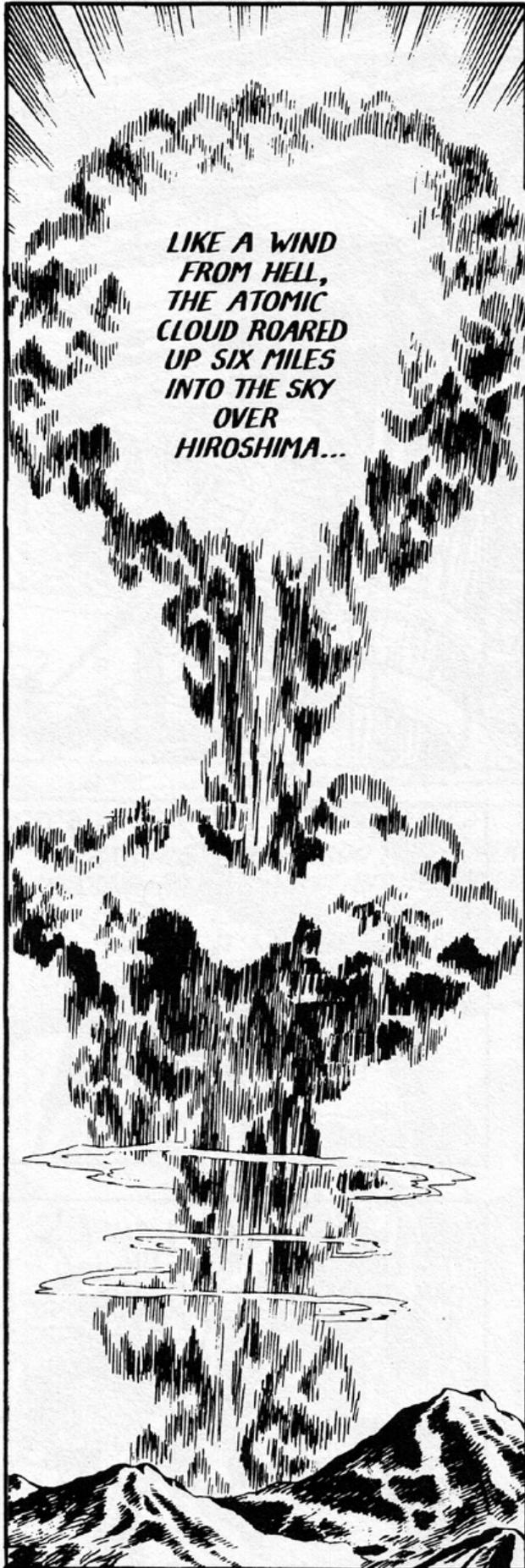
<sup>71</sup> Ibid. p. 17.

<sup>72</sup> Ibid. p. 110.

<sup>73</sup> Conocido como "Barefoot Gen" en lengua inglesa y traducido como "Gen el de los pies descalzos" en castellano.









36\_Motohiko Odani, "Berenice" (2003). Acero y FRP.

te alusión - velada en algunas obras, directa en otras instalaciones - a un repertorio de elementos simbólicos que parecían extraídos de una civilización pos-apocalíptica tras un holocausto nuclear. "Entre los colores vivos y las superficies relucientes asoman contadores *geiger*, luces parpadeantes, medidores de penetración de la radiación, tubos de calefacción y residuos.<sup>74</sup>"

los responsable japoneses de haber participado en un conflicto terrible que destruyó el país y sumió en la miseria a millones de personas.

Es significativo que en lo referente a las bombas de Hiroshima y Nagasaki, independientemente de si se trata de artistas plásticos contemporáneos o de dibujantes de manga y directores de anime, el tratamiento y enfoque que se hace de este tema coincide en tantos aspectos. El impacto de las bombas atómicas y la influencia del imaginario de ciencia-ficción del manga y el anime es particularmente visible en la obra de Motohiko Odani (fig.36), Kenji Yanobe y Hisaharu Motoda que, junto a Murakami o Nara, también se incluyen en la corriente artística *Superflat*. Si bien la naturaleza y temática de las obras expuestas en las muestras colectivas comisariadas por Murakami, o en la exhibición celebrada en el Museo de Arte de Brooklyn, eran muy dispares, en todas ellas existía una constan-

Kenji Yanobe (fig.37) aborda la supervivencia del ser humano tras un hipotético holocausto nuclear como tema central de su obra. Para sus instalaciones construye grandes robots, trajes y vehículos de supervivencia o máquinas gigantes que escupen fuego. En la serie fotográfica *Atom Suite Project* es retratado con uno de sus trajes de supervivencia, equipado con un contador *geiger*, escafandra y otros adminículos, y cuyo diseño parece inspirarse en los relatos de ciencia-ficción de los manga. La propia denominación de su proyecto artístico, *Atom*, revela la proximidad de su obra con el manga, y toma su nombre del personaje Astro Boy (Tetsuwan Atomu) creado por Osamu Tezuka. Hisaharu Motoda reproduce paisajes pos-apocalípticos, que se corresponden con zonas turísticas y reconocibles de diferentes ciudades japonesas (fig.38). Con un trazo minucioso y un dibujo deudor del grafismo del manga, Motoda presenta imágenes de un Tokyo devastado, ruinoso e inerte, sin rastro alguno de presencia humana, como si se tratase de una co-

37\_Kenji Yanobe, "Giant Torayan" (2005). Aluminio, acero, bronce, FRP y espuma de poliestireno.



<sup>74</sup> CAREY, Peter. Op. cit. p. 74.



38 Hisaharu Motoda, "Revelation - Asahi Breweries Building" (2004). Litografía.

lección de postales o fotografías antiguas después de una hecatombe devastadora.

A medio camino entre el artista contemporáneo y el dibujante de cómic se encuentra Yoshitaka Amano (Shizuoka, 1952; fig.39). La obra de Amano ha ido evolucionando desde mediados de la década de 1970 hasta el presente, período en el cual ha desempeñado un gran número de actividades no vinculadas necesariamente al ámbito del arte contemporáneo, pero que sí remiten, de un modo u otro, a su faceta como ilustrador y mangaka. En la actualidad, Amano todavía es reconocido por ser el responsable de muchos de los diseños de la franquicia multimillonaria de la industria del videojuego *Final Fantasy*, que inició en el año 1987, por su trabajo como animador en los anime *Gatchaman (Battle of the Planets)* y *Mach Go Go Go<sup>75</sup> (Speed Racer)*, por su papel como ilustrador en la galardonada historia de Neil Gaiman, *The Sandman: The Dream Hunters* (2000), y por poner ros-

tro al conocido personaje de Hideyuki Kikuchi *Vampire Hunter D*, en el año 1983 (fig.40). No obstante, desde mediados de la década de los noventa, Amano se prodiga como artista plástico, en especial en el ámbito del arte gráfico contemporáneo, conocido por sus litografías y estampas de técnicas mixtas (fig.41).

La evolución artística experimentada por la obra de Yoshitaka Amano es un reflejo del origen y el porqué del estilo Superflat impulsado por Murakami. A la influencia de formas culturales populares como el manga o el anime, se suman reminiscencias de diferentes movimientos artísticos pretéritos en la obra de estos creadores contemporáneos. "La obra de Amano encarna el concepto *Superflat* del artista Takashi Murakami, en el que el diseño gráfico, la cultura pop y el arte se fusionan. De hecho, en sus exposiciones se incluyen fragmentos reeditados de los primeros filmes de anime realizados por el autor hace más de cuarenta años, cuyos protago-

39 Yoshitaka Amano, "Mateki. La flauta mágica" (2001-2008).



<sup>75</sup> Titulados Comando G y Meteoro, respectivamente, en su versión en castellano.



nistas evoca en los personajes de ojos como platos y cascos espaciales que aparecen representados en sus obras actuales. Amano cree firmemente en la autonomía del artista. (...) El propio desafío de actuar libremente basta para despertar su creatividad”<sup>76</sup> (fig.42).

Junto a algunas técnicas clásicas, heredadas de la tradición pictórica japonesa, cohabitan diferentes estilos occidentales que gozaron de gran éxito en Japón tras la llegada de la Era Meiji y la apertura comercial del país a finales del siglo XIX, y que recuperaron con gran entusiasmo nuevas generaciones de artistas, ilustradores y dibujantes de manga en las décadas de 1950, 1960 y 1970. Entre los diferentes estilos importados a Japón, el *Art Nouveau* y el *Art Deco* gozaron de una gran influencia en las ilustraciones y anuncios

publicitarios de los años setenta, y en algunos géneros específicos del manga, como el *shōjo*, cuyas líneas definidas y envolventes, la profusión de motivos vegetales simbólicos, y los fondos atmosféricos son deudores de las obras modernistas de Mucha (fig.43). El imaginario descriptivo de Amano, alejado de los convencionalismos intrínsecos a la industria del manga, recuerda poderosamente a las imágenes del artista checo, a las de Beardsley o Klimt, así como a las ilustraciones *Deco* de Erté. El ornamento, las filigranas y los pliegos de los ropajes de Amano ponen de manifiesto la influencia de la moda de Erté.

“Yoshitaka Amano es una rareza en el mundo actual, habiendo heredado sus técnicas de la edad dorada de la ilustración. Su obra es clásica en su elegante sencillez y su capacidad

40\_Yoshitaka Amano, “Gekkei no kishi” (El caballero de la sombra de luna, 1995).

41\_Yoshitaka Amano, “Sakura Hime” (La Princesa flor de Cerezo, 2001).

<sup>76</sup> BOESE, Daniel. “Yoshitaka Amano” [en línea]. *Artforum*.

<sup>77</sup> UNNO, Hiroshi. “Decadence, Innocence, and the Galaxy According to Yoshitaka Amano”. *Amano. The Complete Prints of Yoshitaka Amano*. p. 277.

descriptiva. Es absolutamente versátil en cualquier técnica o cualquier estilo. Sin embargo, también es capaz de aplicar la más moderna tecnología a su obra, llevándola más allá de los límites de las técnicas de dibujo a mano. Es a la vez un artista clásico y moderno”<sup>77</sup>.

Toda la trayectoria artística y profesional de Yoshitaka Amano se puede dividir en tres grandes períodos, que coinciden a su vez con el inicio y finalización de las décadas de 1970, 1980 y 1990, durante las cuales se dedicó por entero al anime, la ilustración y la gráfica contemporánea respectivamente.

“Yoshitaka Amano empleó un sinfín de estilos en su travesía por campos tan diversos como

el anime, la ilustración o el arte gráfico. Esta actitud apela directamente a la existencia de un universo común entre estos tres géneros. Quizás no debiéramos ver estos tres dominios del arte como géneros separados, sino como una única entidad. Debemos agradecer a Amano que haya tendido puentes entre el anime, la ilustración y el arte gráfico, proporcionando un nuevo acceso a las jóvenes generaciones hacia una nueva concepción de arte contemporáneo”<sup>78</sup>.

En la obra pictórica de Amano, cohabitan abigarrados universos visuales con personajes emblemáticos de sus creaciones más populares, como *Gatchaman* (fig.44), *Vampire Hunter D* o *Final Fantasy*. Al igual que Murakami o Nara, Amano opta por no



42\_Yoshitaka Amano, "Miroku II" (2007). Técnica mixta sobre aluminio.



<sup>78</sup> Ibid. p. 278.

discriminar entre sus obras pictóricas y los referentes visuales extraídos del anime o la ilustración, e incluye elementos tomados directamente del imaginario manga. "Un gran mural de siete metros de largo representa un mundo de fábula poblado por infinidad de figuras psicodélicas. (...) Personajes fantásticos se destacan, como si surgiesen del interior de las pinturas. Yuxtapuestos con estas intrincadas y detallistas obras, cohabitan pinturas de medio formato que representan héroes serenos, sombríos guerreros y heroínas eficaces"<sup>79</sup> (fig.45).

En su juventud, Amano ingresó en el estudio de animación Tatsunoko Productions, donde empezó a trabajar en 1967 a la edad de 15 años, pasando a formar parte de la incipiente industria japonesa del anime. Durante la década de 1970 participó como animador en el desarrollo de algunos de los proyectos cinematográficos más reconocidos del estudio, y como diseñador de personajes en series emblemáticas como *Gatchaman* o *Mach Go Go Go*, cuyo éxito en el extranjero no sería posible sin la inestimable aportación de Amano. Continuó trabajando en Tatsunoko Productions hasta el año 1982, cuando abandonó la compañía para dedicarse por entero a la ilustración. Algunas de sus obras más reconocidas internacionalmente fueron ejecutadas durante este período.

En los años sesenta, la sociedad japonesa estaba fuertemente

influenciada por la cultura popular norteamericana; por ello no es de extrañar que Amano, al igual que otros muchos autores nipones, tomase como referentes para sus primeras obras las películas de Disney y las series de cómic y televisión estadounidenses. "Sus vibrantes y espectaculares piezas están resueltas con valentía con pintura de automóvil y brillos metálicos, como si de una oda a su amor infantil por los cómics americanos y los automóviles se tratase"<sup>80</sup>. Asimismo, también reconoció la impronta que el Pop Art americano, el arte psicodélico y la obra de Peter Max habían dejado en él.

*"Entre finales de la década de 1960 y 1970, durante mis primeros años en el mundo del arte, estaba muy influenciado por los cómics estadounidenses y la cultura pop. Cualquiera que haya visto series como Gatchaman, Time Bokan o Yatter-man, puede reconocer este hecho de inmediato. También en Japón, empezando por las caricaturas de los animales, la cultura tradicional nipona ha influido de forma única en el manga y el anime presentes. Siento que mi obra actual se nutre de estos dos elementos clave"*<sup>81</sup>.

El imaginario de Amano bebe al mismo tiempo de la paleta gráfica del Art Deco y del universo visual del género de ciencia-ficción en el que trabajó durante años, por el que siempre estuvo fascinado, que tan hondamente ha definido su evolución artística, y por el que, con frecuencia,

44\_Yoshitaka Amano, "Baddo I", "Baddo AC" y "Baddo II" (1996).



<sup>79</sup> Galería Michael Janssen [en línea]. YOSHITAKA AMANO: Deva-Loka.

<sup>80</sup> Superfrog Gallery [en línea]. Yoshitaka Amano: Deva-Loka.



45\_Yoshitaka Amano, "Deva-Loka" (2007). Técnica mixta sobre aluminio.

se le ha reconocido. Su aportación al género de la ciencia-ficción en Japón es tan importante, que muchas veces se le compara con otros grandes maestros del género, como el dibujante francés Moebius. "Amano trabajó simultáneamente tanto con lo antiguo como con lo moderno. Sus obras son una colección de imágenes nostálgicas que dan la sensación de haber sido vistas con anterioridad, pero crean una síntesis especial jamás vista hasta ahora. Estos extremos polarizados de lo antiguo y lo nuevo, y la síntesis de ambos, es lo que tomó forma dentro del universo de Amano. Comprender la génesis de ese universo, por tanto, es la llave para comprender el atractivo de sus creaciones"<sup>82</sup>.

El escritor y crítico canadiense de ciencia-ficción John Clute ofrece una revisión de la historia moderna del género en base a la evolución experimentada por las tres grandes escuelas internacionales de cómic: el cómic y la ciencia-ficción estadounidenses, los cómics europeos y el manga japonés. De acuerdo a lo

expuesto por Clute, la naturaleza del cómic europeo y norteamericano es radicalmente opuesta. Clute afirma que los cómics americanos se definen por la figura del superhéroe, que están realizados mediante un proceso similar a una cadena de montaje, y que hacen gala de un estilo cinematográfico característico. Por su parte, los cómics europeos muestran un héroe más humano, y se decantan por un estilo individual y complejo. Al no existir la figura del superhéroe, los cómics europeos son - en opinión de Clute - más variados y realistas. A pesar de las enormes diferencias formales entre uno y otro, el carácter cinematográfico del cómic americano lo acerca al manga y el anime japoneses. Esta dicotomía también se aprecia en la obra de Amano, que se inició a lo largo de la década de 1970 con un estilo más cinematográfico próximo al medio televisivo en el que trabajaba, y posteriormente se fue desplazando hacia un carácter más europeo en los años ochenta, para llegar finalmente a una síntesis entre ambos estilos. "La mitología psi-

<sup>81</sup> AMANO, Yoshitaka. [en línea]. *Yoshitaka Amano: Deva-Loka*.

<sup>82</sup> UNNO, Hiroshi. Op. cit. p. 277.

codélica de Amano representa, en el fondo, los eternos miedos y deseos de la humanidad”<sup>83</sup>.

En 1991 Amano inició su producción gráfica, y desde entonces ha organizado exposiciones de diversa índole en todo el mundo. De algún modo, Amano ha superado de forma espontánea muchos de los objetivos marcados por Murakami para sus exposiciones Superflat. Los orígenes mercantiles y populares de Amano, y su aura y reconocimiento como artista consagrado no sólo no han entrado en conflicto, sino que le han permitido llevar a cabo proyectos expositivos híbridos en los que arte contemporáneo y cultura pop japonesa se entremezclan con naturalidad. Tanto en muestras de cultura pop, manga y anime, como en exhibiciones realizadas en museos y centros de arte contemporáneo, Amano atrae por igual a los aficionados y seguidores de su etapa como mangaka y animador, y a un público tradicional familiarizado con el lenguaje institucional y las normas del circuito artístico oficial. Yoshitaka Amano ha expuesto en todo el mundo, en ciudades como Londres, París o Nueva York, dialogando por igual con este público dispar. No obstante, sus decisión de abandonar su trayectoria como ilustrador, en el momento álgido de su carrera profesional, a comienzos de la década de 1990 entrañaba grandes riesgos profesionales. Por una parte, la metodología de trabajo de esta nueva faceta artística se alejaba por completo

de los mecanismos empleados en proyectos donde intervienen multitud de personas, como el anime o la industria editorial, y donde cada una desempeña una función específica. La actividad artística es, por lo general, solitaria, y responde a unos tiempos y a unas exigencias técnicas muy diferentes. “Mientras que sus raíces se situaban en empresas cooperativas como el anime, la ilustración o los videojuegos, Amano encontró un placer particular en la naturaleza solitaria de la estampación”<sup>84</sup> (fig.46).

Por otra parte, aunque fuese una pasión lo que le había conducido a esta nueva faceta artística, más próxima al mercado del gran arte - frente a sus ocupaciones anteriores en la industria del anime, el manga, la ilustración o los videojuegos - Amano buscaba en estas imágenes un modo de ganarse la vida. A mediados de la década de 1990, en plena recesión económica en Japón y tras la explosión de la burbuja inmobiliaria nipona, la carrera artística no ofrecía ninguna garantía de poder subsistir económicamente, aun cuando Amano gozase de una exitosa trayectoria en otros ámbitos profesionales. En especial, porque aunque su labor como ilustrador era reconocida internacionalmente y gozaba del apoyo e interés de una legión de fans incondicionales, estos distaban mucho del público habitual en los circuitos artísticos profesionales, para quien Amano era prácticamente un desconocido. Sin embargo, “mientras que sus exposiciones



46\_Yoshitaka Amano, "Akai ito" (Hilo rojo, 1994).

<sup>83</sup> BOESE, Daniel. . Op. cit.

<sup>84</sup> UNNO, Hiroshi. Op. cit. p. 277.

de arte contemporáneo constituían un giro cerrado en la Carrera de Amano, tenían como efecto secundario el provocar que los jóvenes aficionados de sus ilustraciones y videojuegos profundizaran en el mundo del arte gráfico. Para aquellos fans, confinados en los géneros del anime y la ilustración, suponía un gran despertar al mundo del arte contemporáneo. Más aun, constituía una recalificación de su obra como 'arte', libre de las restricciones intrínsecas al diseño gráfico en el anime o la ilustración"<sup>85</sup>.

La asimilación de los referentes visuales del *Art Nouveau* y del *Art Deco* por parte de los artistas y dibujantes japoneses no es fortuita. Ambos estilos se caracterizan por la planitud de las imágenes, lograda a través del dominio de la línea y la contracurva, por la concatenación de superficies y colores planos, y por la equilibrada importancia de fondo y figura en el conjunto de la misma. En estas obras, la figura y el fondo poseen un significado igual de importante, hasta el punto de poder intercambiar sus respectivos puestos en la lectura de las diferentes imágenes. El *Art Nouveau* y el *Deco* no sólo han influido a los dibujantes e ilustradores nipones desde comienzos de la década de 1970, sino que han interconectado manifestaciones artísticas tradicionales en Japón, como los rollos ilustrados *e-maki*, o las técnicas pictóricas clásicas *nihon-ga*, con las viñetas contemporáneas del manga. En cierto modo, la pretensión de

planitud del *Art Nouveau* enlaza con los presupuestos defendidos por Murakami en su teoría *Superflat*. La búsqueda de la planitud en la imagen se aprecia perfectamente en las ilustraciones de Amano, donde fondo y figura se articulan formando un discurso equilibrado. "Con su meticuloso tratamiento de los fondos da la impresión de que no emplea un método constructivo por el cual la imagen se va desarrollando como una totalidad, poco a poco, sino que va colocando baldosas individuales, como si estuviese tejiendo una tela, dibujando y completando cada sección mientras trabaja. Sección a sección, el fondo se expande. Este método es muy efectivo para conseguir esa planitud. Los artistas del *e-maki* también dibujaban cada sección individualmente, una tras otra, enrolando el pergamino tras haber completado cada estadio"<sup>86</sup>.

Dada la importancia de la sexualidad en el manga, el anime, la cultura *pop*, y su ambigua posición en el conjunto de la sociedad japonesa, numerosos artistas contemporáneos pertenecientes al estilo *Superflat* lo abordan como parte central de su obra. El subgénero erótico *lolicon* en el manga, la presencia masiva de *dôjinshi* pornográfico en las convenciones, e incluso las problemáticas sexuales en torno al colectivo *otaku* que preocupan a la sociedad nipona - como las parafilias de tipo *moe* o los roles de sumisión propugnados por los *otaku* más radicales - son temas discutidos por los

<sup>85</sup> Ibid. p. 278.

<sup>86</sup> Ibid. p. 280.



artistas nipones, a menudo con procedimientos técnicos que directa o indirectamente remiten al imaginario del manganime. Murakami ha desarrollado algunas esculturas parodiando arquetipos eróticos del manga y el anime, aunque siempre ha tratado esta temática tangencialmente, como una revisión de los presupuestos de la subcultura otaku o como una simple apropiación de los códigos y clichés de los manga de temática erótica (fig.47), pero rara vez como eje central de su proyecto artístico. En ese sentido, existen otros artistas nipones que, desde la órbita *Superflat*, abordan con paródica crueldad, realismo o extrema violencia el tema del sexo en la cultura popular japonesa. Algunos de ellos, como Mahomi Kunikata, Mr. o Chinatsu Ban pertenecen a factoría Kaikai Kiki Co. capitaneada por Murakami.

Mahomi Kunikata retrata la perversión en lo cotidiano (fig.48). Para ello se sirve, en muchas

de sus obras, de la imagen de las modernas lolitas; no tanto en su dimensión real, referida a las jóvenes que se apolotonan sobre el puente de Harajuku los domingos, sino a los personajes eróticos representados en los manga de temática *lolicon*. “Las obras de Mahomi Kunikata toman su influencia del pilar de la subcultura otaku que es el manga: en particular el manga erótico y de temática adulta. Ella se enfrenta a problemáticas serias y complejas como las autolesiones, la depresión, el abandono, y aborda profundas emociones relacionadas con su fallido sueño de convertirse en mangaka, su identidad como otaku, y sus sentimientos enfrentados respecto a su familia”<sup>87</sup>. Una de sus piezas más características, y que mejor ejemplifica la dualidad existente entre lo perverso y lo cotidiano en su obra, es una instalación titulada *Maho Sushi Favorite Assortment*, compuesta por una colección de piezas de sushi, fabricadas en plástico,

49

47\_Takashi Murakami, “Hiropon” (1997). Resina sintética, fibra de vidrio y hierro. ©Takashi Murakami/Kaikai Kiki Co., Ltd., 1997.



<sup>87</sup> YAMAGUCHI, Yumi. Op. cit. p.60.

<sup>88</sup> Ibid. p.20.



48\_Mahomi Kunikata, "Crayon" (2004).

sobre las que pinta niñas en poses pornográficas. A pesar de la sencillez de esta obra, destaca la violencia que siente el espectador al observar el rostro dulce, ruborizado y ligeramente complaciente de las niñas perversas de Kunikata mientras se masturbaban (fig.49).

Al igual que Kunikata, Mr. (fig.50) pertenece al electo de artistas asociados al estudio KaiKai Kiki de Murakami. Frente a la revisión introspectiva de Kunikata, Mr. se recrea en una faceta aparentemente más superficial e inofensiva de la sexualidad del otaku. Mr. aborda la problemática del fenómeno *lolicon* desde una perspectiva completamente diferente a la expuesta por Kunikata. El artista nipón cuestiona la masiva presencia de representaciones sexuales de menores en la industria del manga y el anime, y el uso comercial que se hace de ello, pero al mismo tiempo se aproxima al tema con la confianza de quien se sabe un otaku moe apasionado por este tipo de historias eróticas, y por el estereotipo de niña muy joven y guapa idealizada por la cultura otaku.

La mayoría de estos autores ofrecen una visión del sexo en Japón que abarca desde lo personal al cliché social, pasando por la situación de la mujer japonesa en una sociedad que la estigmatiza; pero casi nunca se aproxima a la sexualidad desde un punto de vista romántico. Makoto Aida (fig.51) y Hideomi Fukuchi (fig.52) se sirven de ico-

nos reconocibles del universo de personajes del manga y el anime para sus obras. La imágenes de ambos se caracterizan por la presencia de violencia sin tapujos. Fukuchi trabaja sobre acetato transparente, similar al empleado en los estudios tradicionales de animación para la realización de los cels. Al igual que estos, Fukuchi emplea pintura acrílica para dar vida a sus violentos personajes femeninos. "Pero no se trata de un simple intento por transferir la subcultura del anime al ámbito del gran arte. Como Murakami, cuya obra *Time Bokan* está influenciada por la epónima serie de anime para televisión de los años setenta, la obra de Fukuchi explora la posibilidad de una expresión genuinamente artística usando el género anime"<sup>88</sup>.

Ryoko Suzuki trata en su obra sobre las parafilias moe de los otaku. En la serie infográfica titulada *Anikora* (fig.53) se aproxima a una moda de internet, conocida como Aikora en japonés (idol collage), consistente en hacer collages fotográficos con las caras de mujeres famosas en cuerpos desnudos. Frente a esto, los desnudos mostrados por Suzuki combinan los cuerpos irreales y perfectos de los personajes de anime, con el rostro de la artista. Naoki Koide y Sako Kojima abordan desde perspectivas contradictorias el concepto de *kawaii* en la cultura nipona. Koide recrea situaciones domésticas con grandes esculturas de aspecto caricaturesco; su obra "posee una extraña cualidad por

50\_Mr., "15 Minutes from Shiki Station" (2003). Acrílico sobre lienzo ©2003 Mr./Kaikai Kiki Co.,Ltd.







51\_Makoto Aida, "The Giant Member Fuji versus King Gidora" (1993). Acrílico sobre acetato.



54\_Sako Kojima, "I can be alone II" (2005).

la cual nos permite conectar empáticamente con figuras escultóricas con una estética cercana a la de los dibujos animados, a un nivel al que no podríamos conectar con otras obras más realistas"<sup>89</sup>. Kojima (fig.54) redefine el concepto de *kawaii* y acuña a su vez un nuevo término, *kimo-kawaii*, para definir a sus figuras tiernas y dulces, pero plasmadas en situaciones grotescas, yuxtaponiendo lo entrañable y lo espeluznante. Del mismo modo, Toast girl lleva el *cosplay* al terreno de la *performance* artística, al igual que Lichiro Tanaka (fig.55), cuyas series fotográficas parodian a lo largo de diferentes recorridos urbanos la estética *shōnen* representada en las revistas de manga para chicos.

La mayoría de artistas contemporáneos japoneses que articulan su obra en torno al consolidado imaginario pop nipón, a menudo remiten a la faceta más violenta y controvertida del mundo del manga/anime. A pesar de ser un medio popular, con una orientación eminentemente lúdica, las jóvenes generaciones de creadores que beben de este imaginario enfatizan en los clichés más grotescos, radicales y manifiestamente asociales de la subcultura otaku. Tanto la obra de Takashi Murakami como la de Yoshitomo Nara, los dos representantes más excelsos de esta nueva hornada de artistas nipones, parte de los mismos referentes visuales y culturales. No obstante, a pesar de abordar

<sup>89</sup> Ibid. p.48.

sin remilgos las contradicciones sociales del Japón actual, rara vez plantean al espectador unas obras de tamaña crudeza como las generadas por estos artistas noveles, que interesados en la nueva corriente Superflat, siguen los pasos de Nara y Murakami.

Es evidente que el universo artístico contemporáneo japonés no se circunscribe en exclusiva a la corriente *Superflat*, ni arranca únicamente de las influencias del manga y el anime japoneses. Como potencia

económica y cultural de primer nivel, Japón posee un elenco de artistas contemporáneos reconocidos internacionalmente, con obras y referentes de gran disparidad. Sin embargo, hay que admitir que la teoría propugnada por Murakami ejemplifica una de las caras más visibles del arte nipón actual, por ser capaz de aunar el mundo del arte con otros lenguajes y estrategias propias de la cultura pop, y por reivindicar un imaginario genuinamente japonés, pero de gran éxito y proyec-



52\_Hideomi Fukuchi, "Peachies n° 9" (2006).  
Acrílico sobre celuloide.

55\_lichiro Tanaka, "Gundam: a alip on the face"  
(2002).



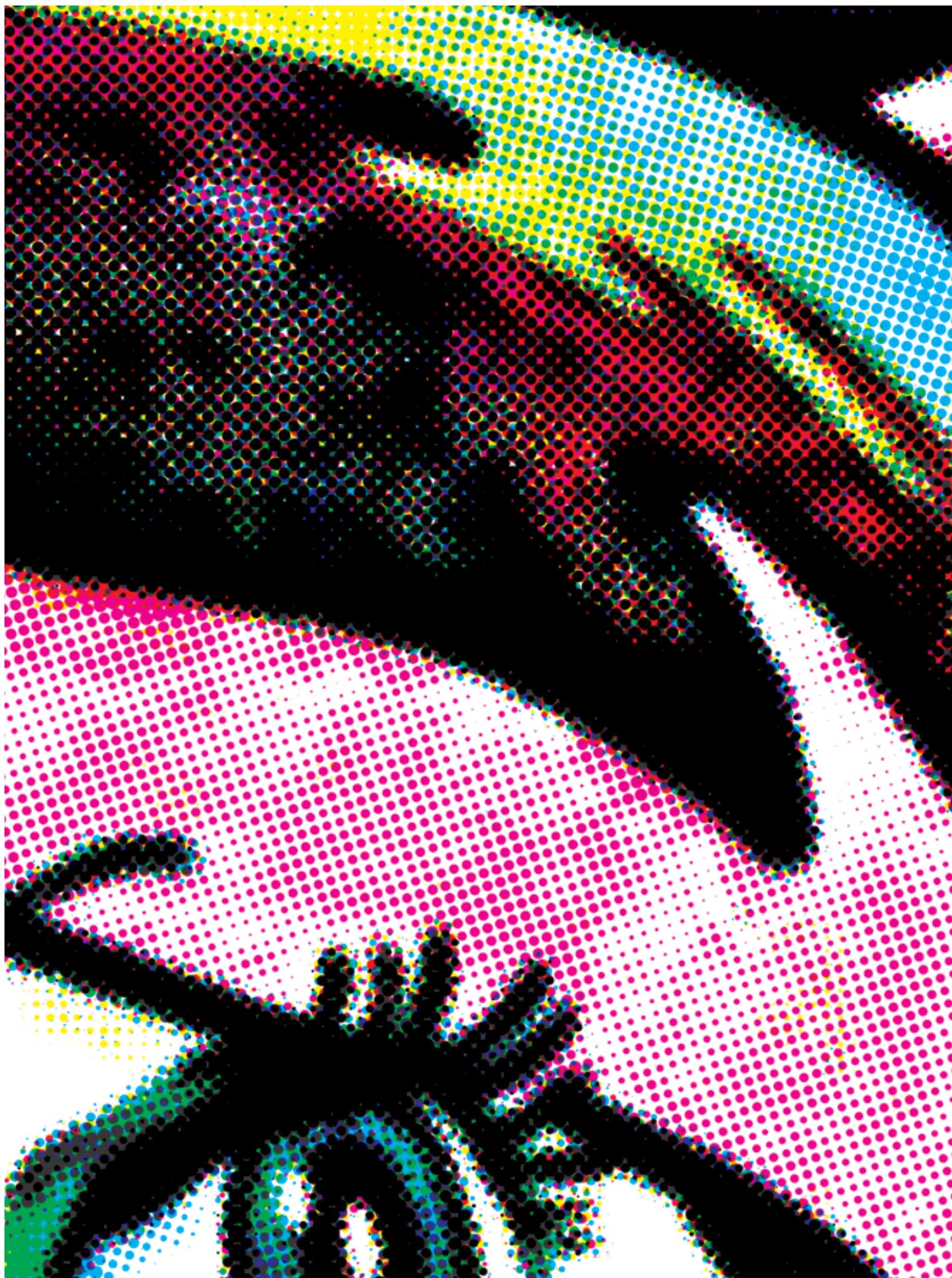
ción en todo el mundo. Dado que el objeto del presente estudio es el manga y sus ámbitos de influencia - con especial relevancia del arte contemporáneo nipón - interesan, sobretodo, aquellas corrientes y artistas que ejemplifiquen esta comunión. El universo artístico en Japón es muy amplio, y sería necesario desarrollar un estudio de gran envergadura para realizar una aproximación justa y acorde a su importancia, pero que se alejaría irremediamente del propósito que nos ocupa. Asimismo, no se ha entrado a valorar la aportación de otros artistas extranjeros, en tanto en cuanto exigiría un análisis extenso y una categorización que tipificase con rigor el grado de influencia del manga y el anime en sus piezas, así como su contribución al futuro desarrollo y evolución de ambos medios, distanciándose de este modo del objeto de estudio.

A través de la obra de los artistas nipones del movimiento Superflat, como Murakami, Nara o Yoshitaka Amano, el manga y el anime se reivindican como formas artísticas genuinas, sin que vaya implícita ninguna referencia crítica a su origen popular, sino que dialogan con otras propuestas clásicas en igualdad de condiciones. Murakami, Nara

y Amano trasladan el manga al ámbito de la creación artística, sin por ello desposeerlo de sus características constitutivas o renunciar a todo aquello que lo singulariza. Al mismo tiempo, se articula una relación bidireccional, y estos artistas se sirven de estrategias propias de las industrias editorial, audiovisual y juguetera para la producción y venta de obras que, por su naturaleza extremadamente comercial (chapas, camisetas, figuras de coleccionista y todo tipo de merchandising) parecen ajenas al ámbito artístico tradicional.

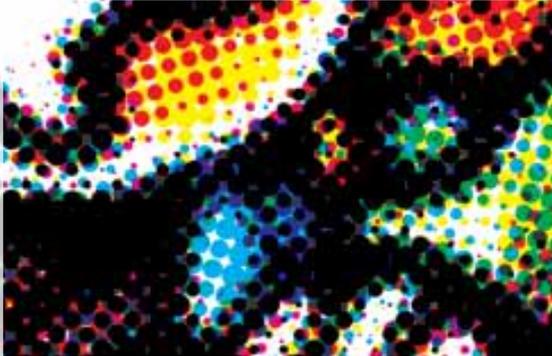
En cierto modo, estas propuestas creativas son el máximo exponente de la tesis defendida en el presente estudio, reivindicando la naturaleza artística del manga, pero no a través de una interpretación o una adopción superficial de sus códigos, clichés o referentes visuales, sino per sé, como medio de comunicación popular y genuinamente japonés.







epílogo



## epílogo

*“Quizás la revolución del manga simbolice, más que ningún otro aspecto, el alcance de la singularidad japonesa: por una parte la influencia y dimensión del fenómeno no encuentran parangón en ningún otro país; por otra, su aceptación entusiasta por jóvenes de todo el mundo muestra claramente la afinidad de gustos y sensibilidades que, cada vez con más fuerza, va imponiendo la globalización en un contexto socio-cultural en el que a veces me pregunto: ¿habrá dejado Japón de seguir la estela del Occidente para convertirse con su manga y anime, y por primera vez en su larga historia, en heraldo de los tiempos que nos esperan?”<sup>1</sup>.*

En el transcurso del presente estudio se ha intentado realizar una aproximación pormenorizada a las diferentes facetas que constituyen el universo del manga. El análisis de las diferentes perspectivas, que abarcan desde el desarrollo histórico del manga, a sus características formales y constitutivas, su enraizada naturaleza icónica, la variedad de tipologías, así como las aportaciones culturales y económicas en su propio país - Japón - y en

el marco internacional, ha permitido arrojar algo de luz sobre las cuestiones que se planteaban inicialmente como objetivo de esta investigación.

En un primer momento se acertó a definir el manga como manifestación cultural desde el punto de vista de la sociología del arte, en tanto que medio de comunicación de masas y por su ambigua ubicación entre la alta y la baja cultura. En el capítulo

<sup>1</sup> MARTÍNEZ HERRERO, Javier. *Japón. De la Katana al Manga*. pp. 351-352.

introdutorio se insistió en cómo se ha omitido sistemáticamente el tebeo japonés de los estudios y recopilaciones de arte contemporáneos y, a menudo, minimizado su impacto real en la sociedad japonesa y en el resto del mundo, en favor de otros lenguajes. La arquitectura en primer lugar, y en menor medida la prosa narrativa y la poesía nipona, han monopolizado los estudios y debates culturales llevados a cabo en Japón a lo largo del siglo XX. Incluso otro medio como el cine japonés, tras décadas de esplendor internacional y el reconocimiento de grandes directores, se ha visto relegado a un segundo plano por su dimensión popular y lúdica.

En ese mismo capítulo introductorio se intuía con cierta convicción lo que ahora se puede afirmar con rotundidad: el manga es la primera manifestación cultural japonesa. A medida que ha ido madurando esta investigación y hasta el momento de concluir estas líneas, se ha ido profundizando en los motivos que ahora sostienen dicha afirmación. No cabe duda de uno de los principales méritos del manga estriba en su capacidad para acuñar una denominación propia y genuina, que lo vincula a la tradición artística de Japón, y que se ha impuesto sobre otro tipo de términos genéricos, tanto dentro de sus fronteras como a nivel internacional.

El manga ha terminado por demostrar su imbricación con la sociedad y el lugar que ocupa en el

conjunto de la cultura japonesa por múltiples motivos. En primer lugar, por su capacidad para llegar a todos los estratos de la sociedad nipona con independencia de su sexo o edad, por constituirse como el medio de expresión japonés moderno por antonomasia, porque representa una de las primeras industrias de ocio y entretenimiento en su país y por superar el infantilismo de los primeros cómics e instalarse en todas las facetas de la realidad cotidiana.

Uno de los grandes logros del cómic manga, en tanto que manifestación cultural, ha sido el de conmovir a un amplio sector de la población, con independencia de su bagaje educativo, conocimientos teóricos o posición social. Este éxito es atribuible, en gran medida, al interés de este sistema - mutable, cambiante, en constante renovación - por adaptarse al conjunto de la sociedad nipona, a sus exigencias y necesidades concretas a lo largo de la historia, y definir, por ello, un complejo entramado de temas, géneros y temáticas en torno a los cuales se articulan infinidad de narraciones. La estructura de la industria del manga, sólida a la par que flexible, ha evolucionado desde mediados del siglo XX hasta alcanzar a todos los colectivos populares, adecuando el tono, la diversión o el didactismo a las necesidades específicas de cada sector social.

Por otra parte, el manga se define (al margen de las connotacio-

nes socioculturales obvias) por su concepción formal y conceptual. Como medio de transmisión ha conseguido delimitar un lenguaje genuino y reconocible, que lo diferencia claramente del cómic de otras regiones del planeta. Esta identidad se sustenta en las particularidades formales y narrativas que definen su aspecto – ritmo, conexiones entre viñetas y estereotipos – y en la pluralidad y caracterización de sus géneros y personajes.

A lo largo de las últimas tres décadas, el manga ha suscitado el interés de los lectores extranjeros, atraídos por su gran oferta y variedad, su narración desinhibida y adulta, así como por su lenguaje icónico diferente. En apenas unos años, el cómic japonés ha penetrado con éxito en otros medios como el cine, la publicidad, el diseño, el arte o la moda. Muchos directores y artistas norteamericanos y europeos reconocen como obras de culto algunos manga y películas de anime, y en ocasiones, los títulos más admirados gozan de un estatus similar al de otros objetos elitistas y publicaciones de carácter bibliófilo.

En Japón resulta complicado juzgar el manga desde una perspectiva artística por su forma de implantarse en la sociedad, su naturaleza popular y mercantil, y su desarrollo en torno a una potente industria editorial. Sin embargo, la consolidación de manifestaciones artísticas hipermodernas, genuinamente japonesas, a través de autores

contemporáneos como Takashi Murakami o Yoshitomo Nara – ambos integrantes del movimiento Superflat – así como el reconocimiento popular de personalidades notables del ámbito de la cultura, la economía, la investigación y la política nipona que se definen a si mismos como *otaku*, han provocado una transformación social de amplias repercusiones. Además, al contrario que otras manifestaciones culturales más tradicionales, su progresiva implantación en el seno de la sociedad japonesa no se ha producido por ósmosis cultural desde las esferas más elitistas y elevadas, sino que ha crecido y se ha desarrollado a un nivel basal, impregnando en consecuencia todos los sectores de una sociedad que, internacionalmente, ya se identifica con el manga.

Fuera de Japón, el manga puede alcanzar un reconocimiento artístico, pero para ello debe superar las connotaciones machistas y violentas que se le atribuyen a menudo desde diversos sectores extranjeros, así como las barreras y condicionantes específicos que provienen de su naturaleza nipona. Sin embargo, como se puso de manifiesto repetidamente a lo largo de la presente investigación, el metalenguaje intrínseco a las narraciones manga no ha dificultado su implantación entre amplios sectores de la ciudadanía occidental. Es precisamente el carácter exclusivo, irreductible y decididamente críptico de algunas de sus historias, clichés

y recursos gráficos y narrativos, lo que ha suscitado dicho éxito internacional. En buena medida, los japoneses “no son conscientes de este atavismo cultural que hace del manga, imitado incluso en otros países, un fenómeno único en su género”<sup>2</sup>.

A pesar la mala coyuntura económica internacional, el manga y el anime se han erigido conjuntamente como motor y símbolo de la recuperación económica nipona. La economía japonesa se haya inmersa en una profunda crisis económica, sumida en una recesión desde mediados de la última década del siglo XX, y se sabe derrotada al haber perdido su privilegiada posición como segunda economía mundial - tras muchos años en ese puesto - en favor de la imparable industria china. No obstante, expertos y analistas coinciden al afirmar que el manga y el anime son los principales adalides de la reconversión de la economía japonesa, basada hasta ahora en la producción de bienes de consumo, pasando a situarse como una nación exportadora de cultura y de propiedad intelectual de primera magnitud. El hermetismo característico de toda cultura insular, que en el caso de Japón siempre se ha visto acentuado por la singular idiosincrasia nipona, ya no se considera una tara, sino un motivo de interés y atracción para los ciudadanos extranjeros.

Sin embargo, la mayor visibilidad e influencia del manga en occidente no ha pasado des-

apercibida para los sectores más conservadores, que ven en el tebeo japonés un mecanismo de colonización cultural - y económica - que no sólo pone en aprietos a la industria del cómic europea y estadounidense, sino también la legitimidad cultural de sus respectivas naciones. Por todo ello, desde estos mismos sectores se alude, con reiterada insistencia, a las principales taras asociadas popularmente al manga, como son la violencia y la explícita sexualidad de algunos títulos. Paradójicamente, estos extremos pueden ilustrar la mejor faceta del manga contemporáneo: su increíble riqueza de géneros y temáticas, su versatilidad social y la frescura de sus historias, reflejo del pensamiento heterodoxo y renovador de los autores más vanguardistas y arriesgados.

Este tipo de críticas son comunes en medios populares como el cómic o el cine, pero difícilmente se juzgarían acertadas en el ámbito del arte contemporáneo. Esta criba viene impuesta, igualmente, desde la propia sociedad japonesa, y se puede afirmar que “el gusto por cierto esnobismo cultural es universal y extensible al propio Japón”<sup>3</sup>. En el año 2000, tras décadas de negativas y reproches, el Ministerio de Cultura y Educación nipón introdujo el manga en el temario de los colegios de educación Primaria y Secundaria, pasando a definirlo como una forma más de expresión tradicional de Japón. Poco a poco van apareciendo nuevos síntomas de un

<sup>3</sup> GRAVETT, Paul. *Manga. La Era del Nuevo Cómic*. p. 9.

cierto reconocimiento y prestigio para este medio. No obstante, en occidente, esta aceptación pasa necesariamente por la superación de las taras tradicionalmente atribuidas al imaginario manga, como su extrema violencia y su latente misoginia.

En un comienzo, la creciente demanda de manga y productos derivados no se tradujo en una respuesta inmediata por parte de las editoriales, doblemente sorprendidas por el éxito en el extranjero de un medio tan genuinamente japonés y por carecer de un modelo comercial realmente definido, hasta el punto de verse superadas, en rapidez y eficacia, por los propios aficionados. Esta nueva oleada de Japonismo cultural no nace como una moda pasajera, sino con la firme voluntad de instalarse como parte de la cultura cotidiana. A través de las historias ilustradas del manga, deudoras de las "imágenes por que sí" del maestro Hokusai, la cultura pop japonesa ha ido impregnando multitud de sectores presentes en el día a día de las naciones occidentales. Internet, el cine, la literatura, la moda, la arquitectura, los coches, los videojuegos, la industria del ocio y los juguetes, la animación internacional, el diseño contemporáneo: todos ellos beben de un imaginario tan amplio como reconocible.

Al mismo tiempo, se ha gestado una auténtica subcultura urbana en torno al manga y el anime que, si bien tiene raíces japonesas, ha adquirido, en las últimas

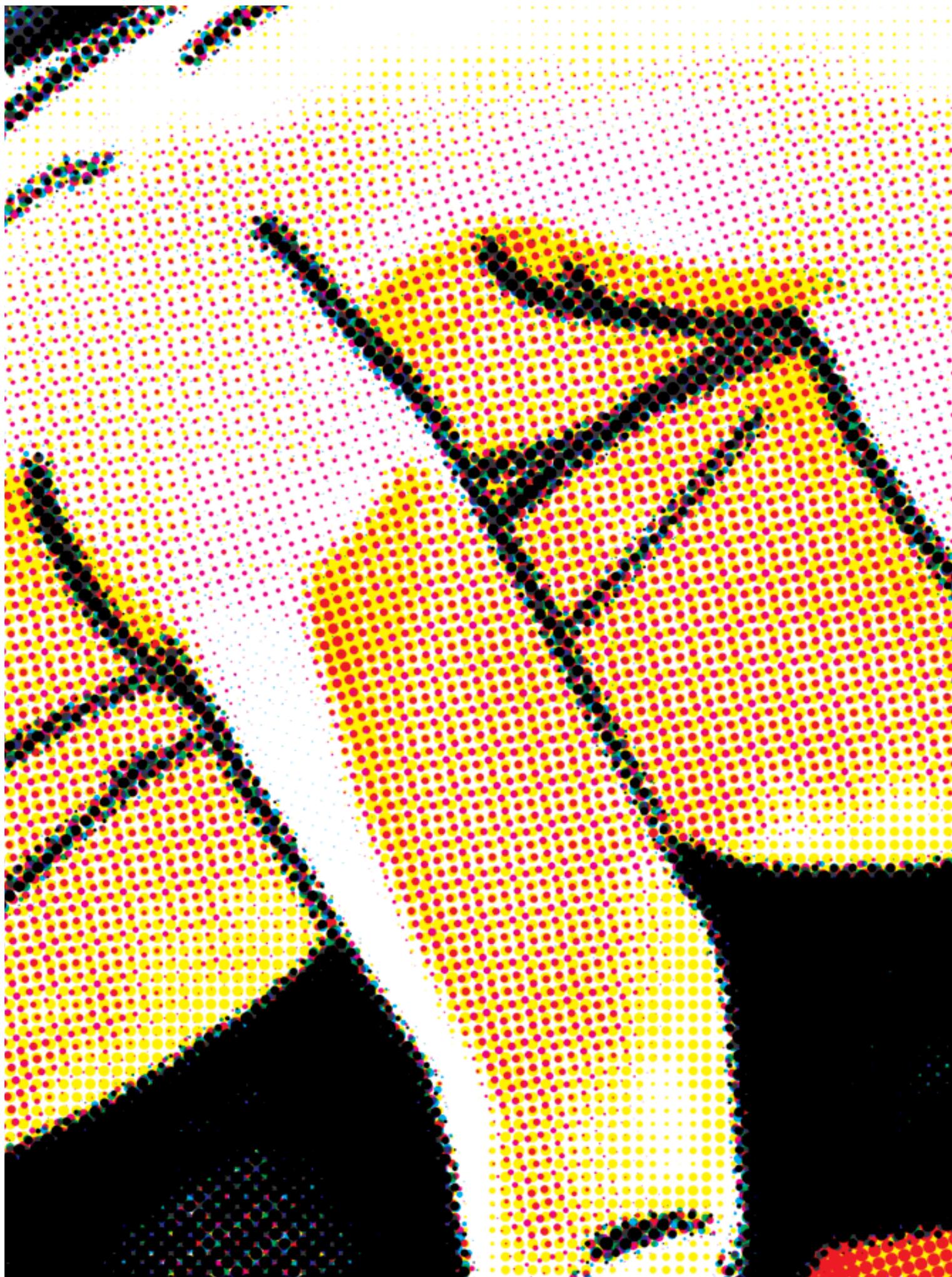
dos décadas, vocación universal. De este modo, el término *otaku*, acuñado originalmente para definir a los aficionados radicales - huraños, excéntricos e inadaptados sociales - ha trascendido esa significación hasta el punto de reconciliar a estos individuos con el grueso de la sociedad, y situarlos como promotores culturales en los primeros compases del siglo XXI. Más aun, esta denominación ha terminado por cuajar entre el público extranjero, y la palabra *otaku*, como sucedió en el pasado con otras voces de origen japonés, ha pasado a formar parte del registro popular de las sociedades occidentales, redefiniendo una nueva categoría de aficionados.

La cita con la que arranca el presente capítulo plantea una pregunta que se podría emplear como cuestión vehicular a la hora de abordar las conclusiones, y que ratifica, de algún modo, la silenciosa colonización cultural iniciada desde Japón. Sin embargo, en tanto que pregunta retórica, constituye más una afirmación que un interrogante. Japón ha conseguido despegarse de la estela cultural marcada durante veinte siglos por occidente a través de su manga y anime: con esas imágenes reflejo de la velocidad y de la inmediatez que presiden el día a día, y con las fantasías irrealizables de diversa índole - épicas, románticas o brutalmente eróticas - que permiten desconectar a los lectores de sus habituales quehaceres para sumergirse, por un instante, en

narraciones imposibles que delimitan una nueva realidad.

Osamu Tezuka llegó a afirmar: “Vivimos en una época en que los cómics son como el aire”<sup>4</sup>. Tal vez se estuviese refiriendo a su dimensión efímera y perecedera. Tal vez apelaba al consumo masivo de historias gráficas por parte de la sociedad japonesa, tan necesarias como la vida misma. Es posible que se refiriese a todo ello a la vez. Tezuka defen-

dió en su obra un optimismo vital y una fe en el futuro que, sin embargo, no garantizaban un final feliz para nadie. Al fin y al cabo, el manga está en todas partes, como el aire, impregnando todas y cada unas de las facetas de la vida cotidiana, aun cuando a menudo pase igualmente desapercibido.





apéndice

## bibliografía

- AAVV. *Archives of Studio Ghibli*. Tokyo: StudioGhibli/Tokuma Shoten, 1996. Vol 4. ISBN: 4-19-860628-5.
- AAVV. *Budismo, Monjes, Comerciantes y Samuráis: 1.000 Años de Estampa Japonesa*. Medrano, José Miguel (coord.); Sasaki, Motoshiro (col.); Falero, Alfonso J. (col.); Uchida, Keiichi (col.) et al. Madrid: Centro Cultural Conde Duque (Madrid), 2002. ISBN: 84-88006-87-X.
- AAVV. *Chikaku: Tiempo y Memoria en Japón*. Vigo: MARCO (Museo de Arte Contemporánea de Vigo), 2005. ISBN: 84-934364-3-7.
- AAVV. *Hanga: Imágenes del Mundo Flotante*. Madrid: Museo Nacional de Artes Decorativas / Ministerio de Educación y Cultura, 1999. ISBN: 84-369-3177-7.
- AAVV. *Japanese Ghost and Demons: Art of the Supernatural* [Fantasmas y Demonios Japoneses: Arte de lo Sobrenatural]. Addiss, Stephen (ed.); Carpenter, Janet (col.); Deguchi, Midori (aut. col.) et al. 4ª ed. New York: George Baziller / The Spencer Museum of Art, University of Kansas, 2005 (Orig. 1985). ISBN: 0-8076-1126-3.
- AAVV. *My Reality: Contemporary Art and the Culture of Japanese Animation*. Richards, Judit (ed.); Brooklyn Museum of Art (coord.). Des Moines (Iowa, EEUU): Des Moines Art Center, 2001. ISBN: 1-8790-0333-3.
- AAVV. *The Encyclopedia of Contemporary Manga: 1945-2005*. Tokyo: Shōgakukan, 2006. ISBN: 4-09-179003-8.
- ADDISS, Stephen. *How to Look At Japanese Art*. New York: Harry N. Abrams Inc., 1996. ISBN: 0-8109-2640-7.
- AGUIRRE BAZTÁN, Angel (ed. lit.). *Psicología de la Adolescencia*. Barcelona: Marcombo, 1994. ISBN: 978-84-267-0971-4.
- AGUIRRE BAZTÁN, Angel; y RODRÍGUEZ GUTIÉRREZ, Marisol. *Skins, Punkis, Okupas y Otras Tribus Urbanas*. Barcelona: Bardenas, 1997. Colección INFAD,2. ISBN: 84-923093-1-8.
- Akira Animation Archives*. Tokyo: Kodansha young magazine, 2002. ISBN: 4-06-330195-8.
- ALDAMA JIMÉNEZ, Carmen. "La Magia del Kamishibai" [en línea]. Revista TK. Pamplona: ASNABI - Asociación Navarra de Bibliotecarios, 2005. Nº 17, diciembre de 2005 [consulta: 30/12/2007]. URL: <<http://www.asnabi.com/revista-tk/revista-tk-17/29aldamajimenez.pdf>>.
- ALLISON, Anne. *Permitted and Prohibited Desires: Mothers, Comics and Censorship in Japan*. Berkeley/Los Angeles (California): University of California Press, 2000. ISBN: 978-0-520-21990-8
- ALLISON, Anne. *Nightwork: Sexuality, Pleasure, and Corporate Masculinity in a Tokyo Hostess Club*. Chicago: University of Chicago Press, 1994. ISBN: 978-0-226-01487-8.
- ALLISON, Anne. *Millennial Monsters: Japanese Toys and the Global Imagination*. Cross, Gary (prol.). Berkeley/Los Angeles (California): University of California Press, 2006. ISBN: 0-520-22148-6.

ALT, Matt; DUBAN, Robert; BRISKO, Tim (aut. il.). *Super #1 Robot: Japanese Robot Toys, 1972-1982*. Ishizuki, Saburo (prol.). San Francisco (California): Chronicle Books Llc, 2005. ISBN13: 978-0-8118-4607-3.

AMANO, Masanao; y WIEDEMANN, Julius (ed.). *Manga*. Köln [Colonia, Alemania]: Taschen, 2004. ISBN: 3-8228-3124-7.

Amano. *The Collected Art of Vampire Hunter D*. Kikuchi, Hideyuki (prol.); Shimada, Hideaki (dir.). Milwaukie (Oregon, USA): Dark Horse Books, 2007. ISBN: 978-1-59582-110-2.

Amano. *The Complete Prints of Yoshitaka Amano*. Amano, Yoshitaka (prol. il.); Unno, Hiroshi (epíl.). New York: Collins Design - HarperCollins Publishers, 2006 (Orig. 2002). ISBN: 978-0-06-056763-7.

AMANO, Yoshitaka. *Mateki: The Magic Flute* [Mateki: la Flauta Mágica]. Amano, Yoshitaka (aut. il.); Shern, Edmund (Adapt.). California: Radical Books, 2008. ISBN: 978-0-9802335-0-6.

AMANO, Yoshitaka. [en línea]. *Yoshitaka Amano*: Deva-Loka. San Francisco: Superfrog Gallery, 2008 [consulta: 03/10/2009]. URL: <<http://www.newpeopleworld.com/arts/amano/>>.

Anam: *Yutaka Izubuchi Record of Lodoss War Illustrations*. Nakakohji, Nobuyuki (dir.). Tokyo: Kadokawa Shoten, 1999. ISBN: 4-04-853065-8.

ANDRESON, Laurel; y WADKINS, Marsha. "The New Breed in Japan: Consumer Culture". Canadian Journal of Administrative Sciences / Revue Canadienne des Sciences de l'Administration. ASAC - Administrative Sciences Association of Canada. 1992, vol. 9, nº2, pp. 146-153.

ANIMA MUNDI; y WIEDEMANN, Julius (ed.). *Animation Now!* Köln (Colonia, Alemania): Taschen, 2004. ISBN: 3-8228-3220-0.

ASHKENAZI, Michael. Matsuri: *Festivals of a Japanese Town*. Honolulu: University of Hawaii Press, 1993. ISBN: 0-8248-1421-5.

ASÔ, Tarô. *A New Look at Cultural Diplomacy: A Call to Japan's Cultural Practitioners*. Speech by Minister for Foreign Affairs Taro Aso at Digital Hollywood University [en línea]. Ministry of Foreign Affairs of Japan. 28 de Abril de 2006 [consulta: 02/08/2009]. URL: <<http://www.mofa.go.jp/announce/fm/aso/speech0604-2.html>>.

BACON-SMITH, Camille. *Enterprising Women: Television Fandom and the Creation of Popular Myth*. 2ª ed. Philadelphia (USA): University of Pennsylvania Press, 1994. ISBN: 0-8122-1379-3.

BERMÚDEZ, Trajano. *Mangavisión. Barcelona: Glénat, 1995*. Biblioteca del Dr. Vértigo nº1. ISBN: 84-88574-51-7.

BERNABÉ, Marc. *Apuntes de Japón: Diario de un Traductor de Manga en el Mundial 2002*. Calafell, Verónica (col.). Barcelona: Ediciones Glénat, 2002. ISBN: 84-8449-271-0.

BERNDT, Jaqueline. *El Fenómeno Manga*. Bravo, J.A. (trad.). Barcelona: Ediciones Martínez Roca, 1996 (Orig. 1995). ISBN: 84-270-2157-7.

BESTOR, Theodore. "How Sushi Went Global" [en línea]. En: Foreign Policy. Noviembre/diciembre, 2000. Global Policy Forum. [consulta: 06/08/2008]. URL: <<http://www.globalpolicy.org/component/content/article/162/27556.html>>.

BLANCO, Toño. "Dragón Z. Kamikaces Catódicos Arrasan Galicia". RTVG. nº 29 (Abril 1992) p. 4-11.

BOESE, Daniel. "Yoshitaka Amano" [en línea]. Artforum, Febrero 2008. Galería Michael Janssen. [consulta: 03/10/2009]. URL: <[http://www.galeriemichaeljanssen.de/tl\\_files/media/pdf/ya-0801.pdf](http://www.galeriemichaeljanssen.de/tl_files/media/pdf/ya-0801.pdf)>.

BOLTON, Christopher (ed.); CSICSERY-RONAY, Istvan (ed.); y TATSUMI, Takayuki (ed.). *Robot Ghosts and Wired Dreams: Japanese Science Fiction from Origins to Anime*. Minneapolis (USA): University Of Minnesota Press, 2007. ISBN: 978-0-8166-4974-7.

BORNOFF, Nicholas. *Pink Samurai: An Erotic Exploration of Japanese Society*. London: HarperCollins, 2001. ISBN: 0-5862-0576-4.

BOUQUILLARD, Jocelyn. Hokusai: *Treinta y Seis Vistas del Monte Fuji*. Meyer, Bettina (coord.). Barcelona: Electra, 2007. ISBN: 978-84-815-430-3.

BROOKE, James. "Heart of Japanese Animation Beats in a Robot Boy" ("El corazón de la animación japonesa late en el interior de un niño robot") [en línea]. The New York Times. 7 de abril de 2003. [consulta: 03/06/2009]. URL: <<http://www.nytimes.com/2003/04/07/international/asia/07JAPA.html?scp=1&sq=james%20brooke%20astroboy%202003&st=cse>>.

BROOKE, James. "Tokyo Journal, A Wizard of Animation Has Japan Under His Spell" [en línea]. The New York Times. 3 de enero de 2002. [consulta: 09/08/2007]. URL: <<http://www.nytimes.com/2002/01/03/world/tokyo-journal-a-wizard-of-animation-has-japan-under-his-spell.html?scp=1&sq=January%2010,%202002%20japanese%20comics&st=cse>>.

- BROWN, Steven T. *Cinema Anime*. New York: Palgrave Macmillan, 2008 (Orig. 2006). ISBN: 978-1-4039-7060-2.
- BURUMA, Ian. *A Japanese Mirror: Heroes and Villains of Japanese Culture*. London: Penguin Books, 1985. ISBN: 0-1400-7498-7.
- BUSON, Yosa. *Yosa Buson: Selección de Jaikus*. Rodríguez, Justino (trad.); Nishio, Kimi (trad.); y Ota, Seiko (trad.). Madrid: Hiperión, 1997. ISBN: 84-7517-326-8.
- CALZA, Gian Carlo. *Japan Style*. London: Phaidon Press Limited, 2007. ISBN: 978-0-7148-4624-8.
- CALZA, Gian Carlo; *Ukiyo-e*. Junko, Mutô (col.); Kobayashi, Tadashi (col.); Asano, Shûgô (col.); Carpenter, John T. (col.) et al. London: Phaidon Press Limited, 2007 (Orig. 2005). ISBN: 978-0-7148-4794-8.
- CAREY, Peter. *Equivocado sobre Japón: El Viaje de un Padre y su Hijo*. Barcelona: Random House Mondadori, 2008 (Orig. 2005). ISBN: 978-84-397-2117-8.
- CARPENTER, John T. "Poetic Inscriptions on Ukiyo e Prints". *Asiatica Venetiana* 6/7. Dipartimento di Studi sull'Asia Orientale, Università Ca Foscari di Venezia (2001/2002) pp. 47-68.
- CASADO, Virginia. "¿Cómo estas fotos pueden ser legales?". *El Mundo - Crónica*. Nº 697 (22 de Febrero de 2009) p.5.
- CAVALLARO, Dani. *Anime Intersections: Tradition and Innovation in Theme and Technique*. Jefferson (North Carolina, USA): McFarland & Co Inc. Pub, 2007. ISBN: 978-0-7864-3234-9.
- CAWTHORNE, Nigel. *El Arte de los Grabados Japoneses*. Miró, Olga (trad.). Barcelona: Tres Torres, 1998. ISBN: 84-7747-183-5.
- CHAMBERS, Kristin; KUN, Josh; y SCHAFFNER, Ingrid. Yoshitomo Nara: *Nothing Ever Happens*. Gilman, Larry (ed.); Snyder, Jill (prol.); Nara, Yoshitomo (col.). Cleveland (EEUU): Museum of Contemporary Art, 2008. ISBN: 978-1-8803-5325-7.
- CHUA-EOAN, Howard; y LARIMER, Tim. "Beware of the Poke Mania" [en línea]. *Time Magazine*. 22 de Noviembre de 1999 [consulta: 28/07/2009]. URL: <<http://www.time.com/time/printout/0,8816,992625,00.html>>.
- CLEMENTS, Jonathan; y McCARTHY, Helen. *The Anime Encyclopedia: A Guide to Japanese Animation Since 1917* [ed. ampl./ed. corr.]. Berkeley (California): Stone Bridge Press, 2006. ISBN-13: 978-1-9333-3010-5.
- CLUTE, John. *Look at the Evidence: Essays and Reviews*. Liverpool (UK): Liverpool University Press, 1995. ISBN: 0-85323-820-0.
- COHEN, Stanley. *Folk Devils and Moral Panics*. 3ª ed. London: Routledge, 2002 (Orig. 1972). ISBN: 978-0-415-26711-0.
- Comiket Inc.* [en línea]. Welcome to the Official Comic market Site! [consulta: 15/02/2008]. URL: <[http://www.comiket.co.jp/index\\_e.html](http://www.comiket.co.jp/index_e.html)>.
- CONDE, Isabel. "Una 'Lolita' de 23 años abandera la promoción de la cultura 'pop' japonesa" [en línea]. *Público*. Madrid: Diario Publico, 4 de marzo de 2009 [consulta: 06/03/2009]. URL: <<http://www.publico.es/culturas/206336/lolita/anos/abandera/promocion/cultura/pop/japonesa?>>.
- CONNELL, Ryann. "Self-professed Real Otaku Rips into Moe Fetish Fakers" [en línea]. *Mainichi Daily News - WaiWai*. 12 de Mayo de 2006 [consulta: 25/12/2006]. URL: <<http://mdn.mainichi-msn.co.jp/waiwai/news/20060512p2g00m0dm014000c.html>>.
- CORLISS, Richard. "Amazing Anime" [en línea]. *Time Magazine*. Vol. 154, nº 21, 22 de Noviembre de 1999 [consulta: 28/07/2009]. URL: <<http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,992626,00.html>>.
- CRUZ, Amanda; FRIIS-HANSEN, Dana; y MATSUI, Midori. Takashi Murakami: *The Meaning of the Nonsense of the Meaning*. Center for Curatorial Studies Museum, Bard College (ed.). New York: Harry N. Abrams, 2000. ISBN: 0-8109-6702-2.
- DALE, Peter N. "Omnia Vincit Amæ". En: DALE, Peter N. *The Myth of Japanese Uniqueness*. London: Croom Helm, 1986. ISBN: 0-7099-0899-7.
- DARLING, Michael. "Plumbing the Depths of Superflatness" [en línea]. *Art Journal*. College Art Association (ed.). Vol. 60, nº. 3 (Otoño de 2001) pp. 77-89 [consulta: 23/09/2007]. URL: <<http://www.jstor.org/stable/778139>>. [doi:10.2307/778139].
- DAVALOVSKY, Csilla. "Los embajadores pop de Japón". *EL PAÍS; Opinión - La Cuarta Página* (5 de Septiembre de 2009) p.27.
- DAVIES, Roger J.; y IKENO, Osamu. *The Japanese Mind: Understanding Contemporary Japanese Culture*. Boston (USA): Tuttle Publishing, 2002. ISBN: 0-8048-3295-1.

- DAVIS, Winston; *Japanese Religion and Society: Paradigms of Structure and Change*. Albany (New York): State University of New York Press, 1992. ISBN: 0-7914-0839-6.
- DIAMOND, Milton; y UCHIYAMA, Ayako. "Pornography, Rape and Sex Crimes in Japan" [en línea]. *International Journal of Law and Psychiatry*. N°22 (1999) pp. 1-22 [consulta: 08/09/2008]. URL: <[http://www.hawaii.edu/PCSS/online\\_artcls/pornography/prngprhy\\_rape\\_jp.html](http://www.hawaii.edu/PCSS/online_artcls/pornography/prngprhy_rape_jp.html)>.
- DOI, Takeo. *The Anatomy of Dependence*. Tokyo: Kodansha International, 2002 (Orig. 1971). ISBN: 4-7700-2800-8.
- DOMINGO, Carmen. *Secretos de Alcoba de las Geishas: El Arte Japonés del Sexo*. Yokoo, Wasanabi (col.); Arai, Keiko (col.). Barcelona: Océano-Ambar, 2006. ISBN: 978-84-7556-428-9.
- DRAZEN, Patrick. *Anime Explosion!: The What? Why? & Wow! of Japanese Animation*. 3ª ed. Berkeley (California): Stone Bridge Press, 2007. ISBN: 1-880656-72-8.
- DURSTON, Diane. *Wabi Sabi: The Art of Everyday Life*. North Adams (Massachusetts): Storey Publishing, 2006. ISBN-13: 978-1-58017-628-6.
- ENG, Lawrence. *Into the Otakingdom: Days and Nights with Toshio Okada* [en línea]. 19 de octubre de 2003, actualizado: 4 de noviembre de 2003 [consulta: 05/02/2008]. URL: <<http://www.cjas.org/~leng/otakingdom.htm>>.
- ENG, Lawrence. *Maid in Akihabara : Episode 1 Review and Analysis* [en línea]. Lainspotting: Otaku Studies, Science, Technology and (sub)culture. 18 de marzo de 2006, [consulta: 05/02/2008]. URL: <<http://www.cjas.org/~leng/lainspotting/2006/03/maid-in-akihabara-episode-1-review-and.html>>.
- ENG, Lawrence. *The Evolution of the Otaku Concept* [en línea]. Lainspotting: Otaku Studies, Science, Technology and (sub)culture. 24 de enero de 2006, [consulta: 05/02/2008]. URL: <<http://www.cjas.org/~leng/lainspotting/2006/01/evolution-of-otaku-concept.html>>.
- ENG, Lawrence. *The Current Status of "Otaku" and Japan's Latest Youth Crisis* [en línea]. 4 de septiembre de 2001, actualizado: 20 de septiembre de 2001 [consulta: 05/02/2008]. URL: <<http://www.cjas.org/%7Eleng/hikiko.htm>>.
- ENG, Lawrence. *The Origins of Otaku* [en línea]. 4 de noviembre de 2003, actualizado: 5 de julio de 2009 [consulta: 05/02/2008]. URL: <<http://www.cjas.org/%7Eleng/otaku-origin.htm>>.
- ENG, Lawrence. *The Perception of Anime in Japan* [en línea]. 13 de noviembre de 2001, actualizado: 1 de diciembre de 2004 [consulta: 05/02/2008]. URL: <<http://www.cjas.org/~leng/perceive.htm>>.
- ENG, Lawrence. *The Politics of Otaku: AKA, There's nothing wrong with being an otaku!* [en línea]. 1 de septiembre de 2001, actualizado: 9 de diciembre de 2004 [consulta: 05/02/2008]. URL: <<http://www.cjas.org/%7Eleng/otaku-p.htm>>.
- ERIKSON, Erik H. *El Ciclo Vital Completado. Sarro Maluquer, Ramón* (trad.). Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, 2000 [ed. rev. aum. 2007]. Colección Psicología, psiquiatría, psicoterapia. ISBN: 978-84-493-0939-7.
- ERIKSON, Erik H. *Identidad, Juventud y Crisis. Guerra, Alfredo* (trad.). 3ª ed. Madrid: Taurus, 1992. ISBN: 84-306-1183-5.
- ERIKSON, Erik H. *Infancia y Sociedad. Rosenblatt, Noemí* (trad.). Barcelona: Paidós, 1983. ISBN: 84-7509-250-0.
- ERIKSON, Erik H. *Sociedad y Adolescencia*. Madrid: Siglo XXI, 2000. ISBN: 96-8231-841-6.
- EVANS, Peter. "Educational Comics: Manga with a Mission". Mangajin. Atlanta (USA): Mangajin Inc., 1993. N°23 (Febrero, 1993). pp. 10-13.
- FAHR-BECKER, Gabriele (ed.). *Arte Asiático*. Köln [Colonia, Alemania]: Könemann, 2000 (Orig. 1999). ISBN: 3-8290-3279-X.
- FAHR-BECKER, Gabriele (ed.). *Grabados Japoneses. Satô, Mitsunobu* (col.); Zacharias, Thomas (col.). Köln (Colonia, Alemania): Taschen, 2007 (Orig. 1993). ISBN: 978-3-8228-3480-0.
- FARTHING, Stephen (Ed.). *1001 Pinturas que Hay que Ver antes de Morir*. Yvaes, J.F. (prol.). Barcelona: Grijalbo, 2007 (Orig. 2006). ISBN: 978-84-253-4111-3.
- FAULKNER, Rupert. *Masterpieces of Japanese Prints: Ukiyo-e from the Victoria and Albert Museum*. 3ª ed. Tokyo: Kodansha International, 2001 (Orig. 1991). ISBN: 4-7700-2387-1.
- FENOLLOSA, Ernest. F. (ed.). *Epochs of Chinese and Japanese Art: An Outline History of East Asiatic Design*. Berkeley (California): Stone Bridge Press, 2007 (Orig. 1913). 2 vol. ISBN: 978-1-933330-26-6.
- FERNÁNDEZ, Laura. "Haría falta una tercera bomba atómica para parar al manga". *El Mundo - Cultura*, 20 de Abril de 2008. p. 51.
- FERNÁNDEZ, Lola. "Pop para adultos". *Yo Donna*. Sumario nº 121. 25 de agosto de 2007. pp. 40-43.

FLATH, David. *The Japanese Economy*. 2ªed. Nueva York: Oxford University Press, 2005. ISBN: 978-0-19-927861-9.

FREEDMAN, Alisa. "Train Man and the Gender Politics of Japanese 'Otaku' Culture: The Rise of New Media, Nerd Heroes and Consumer Communities" [en línea]. En: *Intersections: Gender and Sexuality in Asia and the Pacific*. N° 20 (abril de 2009) [consulta: 22/06/2009]. URL: <<http://intersections.anu.edu.au/issue20/freedman.htm>>.

FUJIOKA, Wakao. "The Rise of the Micromasses". *Japan Echo*. Vol.13, nº 1 (1986) pp. 31-38.

Galería Michael Janssen [en línea]. YOSHITAKA AMANO: Deva-Loka. Berlín: Galería Michael Janssen, 2008 [consulta: 03/10/2009]. URL: <<http://www.galeriemichaeljanssen.de/past-exhibition-2008>>.

GARCÍA POBLACIÓN, Carmen. "Las raíces biológicas de la estética del manga y del anime" [en línea]. Paperback nº 2 (2006). ISSN: 1885-8007. [consulta: 14/01/09]. URL: <<http://www.artediez.com/paperback/articulos/poblacion/raices.pdf>>.

GERROW, Robin. *An Anime Explosion: Challenging themes, complex characters make Japanese animation a global phenomenon* [en línea]. Austin (Texas): University of Texas at Austin (Feature Story), 7-14 de junio de 2007, actualizado: 9 de octubre de 2008 [consulta: 12/10/2008]. URL: <<http://www.utexas.edu/features/archive/2004/anime.html>>.

GIBNEY, Frank. *Japan: The Fragile Superpower*. 3ª ed. Tokyo: Tuttle Publishing, 1996 (Orig. 1975). ISBN: 0-8048-2043-0.

GIBSON, William. "Modern boys and mobile girls". *The Observer*. London: guardian.co.uk, 1 Abril de 2001 [consulta: 11/02/2009]. URL: <<http://www.guardian.co.uk/books/2001/apr/01/sciencefictionfantasyandhorror.features>>.

GIBSON, William. *Neuromante*. Barcelona: Minotauro, 2006. ISBN: 978-84-450-7405-3.

GLAZER, Sarah. "Manga for Girls" [en línea]. *The New York Times*. 18 de septiembre de 2005 [consulta: 13/06/2009]. URL: <<http://www.nytimes.com/2005/09/18/books/review/18glazer.html?pagewanted=1&r=1&sq=manga%202004%20manga%20among%20girls&st=cse&scp=1>>.

GOMARASCA, Alessandro. "Youth, Crisis and Display: The Rhetoric of Shinjinrui in Contemporary Japan". En: *Versus, Quaderni di Studi Semiotica*. Milan: Versus, Quaderni di Studi Semiotica, 1999. Vol.10 nº 83-84 [Reconfiguring Cultural Semiotics: The Construction of Japanese Identity] pp. 179-214. ISSN: 03938255.

GOMBRICH, E.H. *Arte e Ilusión: Estudio sobre la Psicología de la Representación Pictórica*. Ferrater, Gabriel (trad.). Madrid: Debate, 1998 (Orig. 1959). ISBN: 84-8306-087-6.

GORDON, Andrew (ed.). *Postwar Japan as History*. Berkeley/Los Angeles (California): University of California Press, 1993. ISBN: 0-520-07475-0.

GOROSTIZA, Jorge; y PÉREZ, Ana. Ridley Scott: *Blade Runner*. Barcelona: Paidós, 2002. ISBN: 84-493-1210-8.

GRASSMUCK, Volker. *I'm Alone, but not Lonely: Japanese Otaku-Kids Ccolonize the Realm of Information and Media: A Tale of Sex and Crime from a Faraway Place* [en línea]. Diciembre de 1990, actualizado: 14 de abril de 2001 [consulta: 05/02/2008]. URL: <<http://www.cjas.org/~leng/otaku-e.htm>>.

GRASSMUCK, Volker. *Man, Nation & Machine: The Otaku Answer to Pressing Problems of the Media Society* [en línea]. Morrison, Tom (trad.). Maastricht: Jan van Eijk Akademie, abril de 2000 [consulta: 05/02/2008]. URL: <[http://waste.informatik.hu-berlin.de/Grassmuck/Texts/otaku00\\_e.html](http://waste.informatik.hu-berlin.de/Grassmuck/Texts/otaku00_e.html)>.

GRAVETT, Paul. *Manga: 60 Years of Japanese Comics*. London: Laurence King Publishing Inc., 2004. ISBN: 1-85669-391-0.

GRAVETT, Paul. *Manga: La Era del Nuevo Cómic*. Feito Rodríguez, Elena María (trad.). Madrid: H. Kliczkowski, 2006 (Orig. 2004). ISBN: 84-96592-05-7.

GREENFELD, Karl Taro. "The Incredibly Strange Mutant Creatures who Rule the Universe of Alienated Japanese Zombie Computer Nerds (Otaku to You)" [en línea]. *Wired Digital Inc* (ed.). *Wired Magazine* (1993) [consulta: 11/02/2009]. URL: <[http://www.wired.com/wired/archive/1.01/otaku\\_pr.html](http://www.wired.com/wired/archive/1.01/otaku_pr.html)>.

GROSENICK, Uta (ed.); RIEMSCHEIDER, Burkhard (ed.). *Art Now: Arte y Artistas a Principios del Nuevo Milenio*. Köln [Colonia, Alemania]: Taschen, 2005 (Orig. 2002). ISBN: 978-3-8228-4094-8.

GUSTINES, George Gene. "Girl Power Fuels Manga Boom in U.S." [en línea]. *The New York Times*. 28 de diciembre de 2004 [consulta: 13/06/2009]. URL: <<http://query.nytimes.com/gst/fullpage.html?res=9C07E1DF1639F93BA15751C1A9629C8B63&sec=&spon=&scp=2&sq=manga%202004%20manga%20among%20girls&st=cse>>.

HAMMOND, Phil (Ed.). *Cultural Difference, Media Memories: Anglo-American Images of Japan*. London: Cassell, 1997. ISBN: 0-3047-0111-4.

HASEGAWA, Machiko. *The Wonderful World of Sazae-san (Vol. 1)*. Young, Jules (trad.); Young, Dominic (trad.). 15ª ed. Tokyo: Kodansha International, 2003. ISBN: 4-7700-2075-9.

HERRERO FERRIO, Teresa. *De la Flor del Ciruelo a la Flor del Cerezo*. Madrid: Hiperión, 2004. ISBN: 978-84-7517-793-9.

HIBBET, Howard. *The Floating World in Japanese Fiction*. 2ª ed. Boston (Massachusetts, USA): Tuttle Publishing, 2001 (Orig. 1959). ISBN: 0-8048-3464-4.

HILLIER, Jack Ronald. *Japanese Colour Prints*. 3ª ed. London: Phaidon, 1992 (Orig. 1981). ISBN: 0-7148-2721-5.

HOKUSAI, Katsushita. *Fugaku Hyakkei* [Cien Vistas del Monte Fuji]. Tokyo [?]: [s.n.], 1877 [?].

HOKUSAI, Katsushita. *Hokusai Manga*. Tokyo: Unsodo, 2001 (Orig. 1814-1878) [rústico, tankôbon]. ISBN: 4-7538-0179-9.

HORNYAK, Timothy N. *Loving the Machine: The Art and Science of Japanese Robots*. Tokyo: Kodansha International, 2006. ISBN: 978-4-7700-3012-2.

IKEGAMI, Eiko. *The Taming of the Samurai. Honorific Individualism and the Making of Modern Japan*. Cambridge (Massachusetts, USA): Harvard University press, 1997. ISBN: 0-674-86809-9.

ILYA (ed.). *El Gran Libro del Manga*. Lorente, F. Javier (trad.); Morikawa, Michuru (col.); Zhou, Joanna (col.); et al. [Barcelona?]: Malsinet Editor, 2007 (Orig. 2006). ISBN: 978-84-96708-13-6.

IYER, Pico. "The Cuddliest Hero in Asia" [en línea]. [?]: TimeAsia.com, 2006 [consulta: 16/01/2008]. URL: <<http://www.time.com/time/asia/features/heroes/doraemon.html>>.

IZAWA, Eri. *Toshio Okada on the Otaku, Anime History, and Japanese Culture: Luncheon Talk* [en línea]. Massachusetts [?]: 1 de octubre de 2003 [consulta: 22/06/2008]. URL: <<http://www.mit.edu:8001/people/rei/manga-okadaluncheon.html>>.

IZAWA, Eri. *Toshio Okada on the Otaku and Anime* [en línea]. Massachusetts [?]: 23 de septiembre de 2003 [consulta: 22/06/2008]. URL: <<http://www.mit.edu:8001/people/rei/manga-okada.html>>.

FOSTER, Hal (ed.). *La Posmodernidad*. 5ª ed. Barcelona: Kairós, 2002 (Orig. 1983). ISBN: 84-7245-154-2.

JANSEN, Gregor; MURAKAMI, Takashi; HASEGAWA, Jun; et al. *The Japanese Experience: Inevitable* (In the Floating World: Slash with a Knife, 1999). Brehm, Magrit (ed.); Heil, Axel (Col.). Ostfildern (Alemania): Hatje Cantz Publishers, 2003. ISBN: 978-3-77571-254-5.

JENKINS, Henry. *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*. New York: Routledge, 2005 (Orig. 1992). ISBN: 0-203-36191-1.

"Japan's shy geeks boast huge financial clout" [en línea]. The Financial Express. [s.l.]: The Financial Express, 7 de Octubre de 2005 [consulta: 22/06/2008]. URL: <[http://www.financialexpress.com/old/latest\\_full\\_story.php?content\\_id=104873](http://www.financialexpress.com/old/latest_full_story.php?content_id=104873)>.

"Japón recurre al anime y al manga para estimular la economía" [en línea]. El Economista. Madrid: Ecoprensa, 10 de abril de 2009 [consulta: 12/04/2009]. URL: <<http://www.economista.es/economia/noticias/1158606/04/09/Japon-recurre-al-anime-y-al-manga-para-estimular-la-economia.html>>.

KABASHIMA, Katsuichi. *Shôchan no Boken [Las Aventuras de Shô-chan]*. Tokyo: Hatsubai/Shôgakukan, 2003. ISBN: 4-7780-3001-X.

Kaikai Kiki Co., Ltd. [en línea]. *What is Kaikai Kiki?* [consulta: 10/06/2009]. URL: <<http://english.kaikaikiki.co.jp/whatskaikaikiki/>>

KAWAWAGI, Tomoh. *Nihonga Painting: Six Provocative Artists. Yuki-yama, Koji* (prol.); y Anderson, Stanley N. (trad.). Yokohama (Japón): Yokohama Museum of Art, 2006.

KELTS, Roland. *Japanamerica: How Japanese Pop Culture has Invaded The U.S.* [Japanamérica: Cómo la Cultura Pop Japonesa ha invadido EEUU]. New York: Palgrave Macmillan, 2007 (Orig. 2006). ISBN: 978-1-4039-8476-0.

KERR, Alex. *Dogs and Demons: Tales from the Dark Side of Japan*. 2ª ed. New York: Hill & Wang (fsg books), 2002 (Orig. 2001). ISBN: 0-8090-3943-5.

KERR, Alex. *Lost Japan*. 2ª ed. Melbourne (Australia): Lonely Planet Publications, 2009 (Orig. 1993). ISBN 978-1-7417-9523-3.

KIMATA, Fuyu. "What the Avantgardes Men Have to Say: Anno Hideaki vs. Ikuhara Kunihiko" [en línea]. Newtype Magazine. Neidengard, Mark (trad.); Hiroaki, Higuchi (il.). 8 de noviembre de 1998 (Orig. 10/1998) [consulta: 13/02/2008]. URL: <<http://www.cjas.org/~leng/anno-ikuhara.txt>>.

KINSELLA, Sharon. *Adult Manga: Culture and Power in Contemporary Japanese Society*. Richmond (Virginia, EEUU): Routledge/Curzon, 2000. ISBN: 978-0824823184

- KINSELLA, Sharon. *Adult Manga: Pro-establishment Pop-culture and New Politics in the 1990's* [en línea]. (Orig.: Media, Culture and Society vol. 21, 1999). [consulta: 17/06/2008]. URL: <<http://www.kinsellaresearch.com/manga.html>>.
- KINSELLA, Sharon. *Amateur Manga Subculture and the Otaku Panic* [en línea]. (Orig.: Journal of Japanese Studies. Seattle (USA): The Journal of Japanese Studies/University of Washington, 1998). [consulta: 17/06/2008]. URL: <<http://www.kinsellaresearch.com/nerd.html>>.
- KINSELLA, Sharon. *Japanization of European Youth* [en línea]. (Orig.: Nightwave97. [s.l.]: Costa & Nolan, 1997). [consulta: 17/06/2008]. URL: <<http://www.kinsellaresearch.com/Japanization.html>>.
- KINSELLA, Sharon. *Universal Orientalism for Future Global Citizens?* [en línea]. [s.l.]: [s.n.], 1999 [consulta: 17/06/2008]. URL: <<http://www.kinsellaresearch.com/Universal.html>>.
- KINSELLA, Sharon. "Japanese Subculture in the 1990s: Otaku and the Amateur Manga Movement" [en línea]. Journal of Japanese Studies. Seattle (USA): The Society for Japanese Studies/University of Washington, 1998. Vol. 24, nº 2 (verano, 1998) pp. 289-316 [consulta: 17/06/2008]. URL: <<http://www.jstor.org/stable/133236>>.
- KOREN, Leonard. *Wabi-Sabi for Artists, Designers, Poets and Philosophers*. Berkeley (California): Stone Bridge Press, 1994. ISBN: 1-880656-12-4.
- KOYAMA-RICHARD, Brigitte. *Mil Años de Manga*. Barcelona: Electa, 2008 (Orig. 2007). ISBN: 978-84-8156-449-5.
- KOZAK, Gisela (ed.); y WIEDEMANN, Julius (ed.). *Japanese Graphics Now!* Köln (Colonia, Alemania): Taschen, 2003. ISBN: 3-8228-2589-1.
- LAMBERSTON, Kristen. *Mariko Mori and Takashi Murakami and the Crisis of Japanese Identity* [en línea]. Vancouver (Canada): The University of British Columbia, julio de 2008 [consulta: 17/10/2008]. URL: <[https://dspace.library.ubc.ca/bitstream/2429/1244/1/ubc\\_2008\\_fall\\_lambertson\\_kristen.pdf](https://dspace.library.ubc.ca/bitstream/2429/1244/1/ubc_2008_fall_lambertson_kristen.pdf)>.
- LARIMER, Tim. "Staying in and Tuning Out: Alienated Japanese Youth are Increasingly Locking Themselves Away in their Rooms - and venturing out to engage in violent crimes" [en línea]. Time Magazine. 21 de agosto de 2000 [consulta: 17/06/2009]. URL: <<http://www.time.com/time/asia/features/ontheroad/japan.otaku.html>>.
- LEONARD, Andrew. "Heads Up, Mickey: Anime may be Japan's first really big cultural export" [en línea]. Wired Digital Inc (ed.). Wired Magazine (1993) [consulta: 11/02/2009]. URL: <[http://www.wired.com/wired/archive/3.04/anime\\_pr.html](http://www.wired.com/wired/archive/3.04/anime_pr.html)>.
- LEVI, Antonia. *Samurai from Outer Space: Understanding Japanese Animation*. Chicago (Illinois, USA): Open Court, 1996. ISBN: 0-8126-9332-9.
- LEWIS, Lisa A. *The Adoring Audience: Fan culture and Popular Media*. London: Routledge, 2001 (Orig. 1992). ISBN: 0-415-07821-0.
- LOOSER, Thomas. "From Edo-gawa to Miyazaki: Cinematic and Anime-ic Architectures of Early and Late Twentieth Century Japan". Japan Forum. Vol. 14, nº 2, 1 de septiembre de 2002. pp. 297-327. ISSN: 0955-5803.
- LUNNING, Frenchy (Ed.). *Mechademia 1: Emerging Worlds of Anime and Manga*. Minnesota (EEUU): University Of Minnesota Press, 2006. ISBN: 978-0-8166-4945-7.
- LUNNING, Frenchy (Ed.). *Mechademia 2: Networks of Desire*. Minnesota (EEUU): University Of Minnesota Press, 2007. ISBN: 978-0-8166-5266-2.
- LUNNING, Frenchy (Ed.). *Mechademia 3: Limits of the Human*. Minnesota (EEUU): University Of Minnesota Press, 2008. ISBN: 978-0-8166-5482-6.
- MACHIYAMA, Tomohiro. *Otaku no Hon [El Libro de los Otaku]*. Tokyo: Takarajimasha, 1989. ISBN: 4-796-61735-3.
- MACIAS, Patrick; y MACHIYAMA, Tomohiro. *Cruising the Anime City: An Otaku Guide to Neo Tokyo*. Berkeley (California): Stone Bridge Press, 2004. ISBN: 1-880656-88-4.
- MACWILLIAMS, Mark W. (ed.). *Japanese Visual Culture: Explorations in the World of Manga and Anime*. New York: M.E. Sharpe, 2008. ISBN: 978-0-7656-1602-9.
- "Manga Artist Interview Series (Part I)" [en línea]. [consulta: 11/03/2009]. URL: <<http://www.bigempire.com/sake/manga1.html>>.
- MARCOCI, Roxana; APFELBAUM, Polly; ESSENHIGH, Inka; et al. *Comic Abstraction: Image Breaking, Image Making*. Lowry, Glenn (prol.). New York: Museum of Modern Art, 2007. ISBN: 978-0-8707-0709-4.
- MARTÍNEZ HERRERO, Javier. *Japón: De la Katana al Manga*. Barcelona: Shinden Ediciones, 2008. ISBN: 978-84-96894-09-9.
- MATISON, Jimbo; y GREENBLAT, Rodney Alan. *So Crazy Japanese Toys!*. San Francisco (California):

- Chronicle Books, 2003. ISBN: 0-8118-3529-4.
- McCARTHY, Helen. *500 Essential Anime Movies: The Ultimate Guide*. New York: Collins Design - HarperCollins Publishers, 2009. ISBN: 0-061-47450-9.
- McCARTHY, Helen. *Anime! A Beginner's Guide to Japanese Animation*. London: Titan Books, 1993. ISBN: 1-852-86492-3.
- McCARTHY, Helen. *Hayao Miyazaki: Master of Japanese Animation: Films, Themes, Artistry*. 3ª ed. Berkeley (California): Stone Bridge Press, 2003 (Orig. 1999). ISBN: 1-880656-41-8.
- McCARTHY, Helen. *The Anime Movie Guide: Movie-by-Movie Guide to Japanese Animation*. Woodstock (New York, USA): Overlook Press, 1997. ISBN: 0-8795-1781-6.
- McCARTHY, Helen. *The Art of Osamu Tezuka: God of Manga*. Ôtomo, Katsuhiro (prol.). New York: Abrams, 2009. ISBN: 978-0-8109-8249-9.
- McGRAY, Douglas. "Japan's gross national cool" [en línea]. Foreign Policy. Mayo/Junio, 2002. pp. 44-55. [consulta: 05/12/2008]. URL: <<http://www.douglasmcgray.com/grossnationalcool.pdf>>.
- McNICOL, Tony. "Does comic relief hurt kids?: Is the eroticization of children in Japanese anime a serious social problem or just a form of rebellion" [en línea]. The Japan Times. Tokyo: The Japan Times, 27 de abril de 2004. [consulta: 03/03/2009]. URL: <<http://search.japantimes.co.jp/cgi-bin/fl20040427zg.html>>.
- MILLER, Laura. *Beauty Up: Exploring Contemporary Japanese Body Aesthetics*. Berkeley/Los Angeles (California): University of California Press, 2006. ISBN: 978-0-520-24509-9.
- Mitaka no Mori Jiburi Bijutsukan: Ghibli Museum Mitaka* [Museo de Arte Ghibli. Bosque de Mitaka]. Miyazaki, Hayao (prol.). Tokyo: Tokuma memorial Cultural Foundation for Animation / Ghibli Museum Mitaka, 2004.
- MIYAMURA, Noriko. "Entrevista a Yoshitomo Nara". Arte y Parte. N° 71 (Octubre/Noviembre 2007) pp.60-67 [Publicado originalmente en: ART IT, n° 12 (Tokyo), Verano/otoño 2006, pp. 34-39].
- MIYAZAKI, Hayao. *Hayao Miyazaki's Daydream Note*. Tokyo: Dainihon Kaiga, 1997. ISBN: 4-499-22677-5.
- MIYAZAKI, Hayao. *Mononoke Hime* [Princesa Mononoke]. Tokyo: Tokuma Shôten, 1993. ISBN: 4-19-860040-6.
- MOERAN, Brian. *Language and Popular Culture in Japan*. Manchester: Manchester University Press, 1989. ISBN: 0-719-03041-2.
- MOLINÉ, Alfonso. *El Gran Libro de los Manga*. Barcelona: Ediciones Glénat S.L., 2002. Colección Viñetas n°4. ISBN: 84-8449-279-6
- MURAKAMI, Fuminobu. *Postmodern, Feminist and Postcolonial Currents in Contemporary Japanese Culture: a Reading of Murakami Haruki, Yoshimoto Takaaki and Karatani Kojin*. London: Routledge, 2005. ISBN: 0-415-35807-8.
- MURAKAMI, Ryu. "Japan's Lost Generation" [en línea]. [?]: TimeAsia.com, 2000 [consulta: 06/07/2008]. URL: <<http://www.time.com/time/asia/magazine/2000/0501/japan.essaymurakami.html>>.
- MURAKAMI, Takashi (ed.). *Little Boy: The Arts of Japan's Exploding Subculture*. New York: Japan Society, 2005. ISBN: 0-3001-0285-2.
- MURAKAMI, Takashi (ed.). *Superflat*. Tokyo: Madra Publishing, 2000. ISBN: 978-4944079209.
- MURAKAMI, Takashi. *What is Kaikai Kiki?: Laying the Foundation for a Japanese Art Market* [en línea]. Tokyo: Kaikai Kiki Co. Ltd. [consulta: 10/05/2009]. URL: <<http://english.kaikaikiki.co.jp/whatskaikaikiki/message/>>.
- MURAKAMI, Takashi. *Geijutsu Kigyoron*. Tokyo: Gentosha, 2006. [2-6523677].
- MURAKAMI, Takashi; HEBDIGE, Dick; MATSUI, Midori; et al. ©Murakami. Yoshitake, Mika (ed.); Schimmel, Paul (ed.); y Mark, Lisa gabrielle (ed.). Los Angeles (California): Museum of Contemporary Art, 2007. ISBN: 978-0-8478-3003-9.
- MURAKAMI, Takashi. *Summon Monsters? Open The Door? Heal? Or Die?*. San Francisco (California): Last Gap, 2004. ISBN: 978-4-9391-4803-3.
- Museo Guggenheim Bilbao [en línea]. ©MURAKAMI. Bilbao: Museo Guggenheim, 2009 [consulta: 30/05/2009]. URL: <<http://www.guggenheim-bilbao.es/microsites/murakami/>>.
- NAGATA, Seiji. *Hokusai: Genius of the Japanese Ukiyo-e*. Tokyo: Kodansha International, 1999. ISBN: 978-4-7700-2479-4.
- NAKAMURA, Akemi. "Child porn, if animated, eludes regulators: Freedom of expression vs. moves to place controls on DVDs, software" [en línea]. The Japan Times. Tokyo: The Japan Times, 18 de mayo de 2005. [consulta: 10/03/2009]. URL: <<http://search.japantimes.co.jp/member/member>>.

html?nn20050518f1.htm>.

NAKANO, Osamu. *"A Sociological Analysis of the New Breed"*. Japan Echo. Tokyo: Japan Echo, 1988. Vol.15 (núm. esp. 1988) pp. 15-16.

NAPIER, Susan J. *Anime: From Akira to Howl's Moving Castle*. [ed. ampl.] New York: Palgrave MacMillan, 2005 (Orig. 2001). ISBN: 1-4039-7052-1.

NAPIER, Susan J. *From Impressionism to Anime: Japan as Fantasy and Fan Cult in the Mind of the West*. New York: Palgrave MacMillan, 2007. ISBN: 978-1-4039-6214-0.

NAPIER, Susan J. *The Fantastic in Modern Japanese Literature: The Subversion of Modernity*. London: Routledge, 1996. ISBN: 0-415-12458-1.

NARA, Yoshitomo; TRESCHER, Stephan; y YOSHIMOTO, *Banana*. Yoshitomo Nara: Lullaby Supermarket. Nürnberg (Núremberg, Alemania): Verlag Fur Moderne Kunst Nurnberg, 2005. ISBN: 978-3-933096-59-3.

NATHAN, John. *Sony: The Private Life*. Boston : Houghton Mifflin, 1999. ISBN: 0-3958-9327-5.

NIPPONIA No. 27: *El Anime, La Cultura Pop de la Animación Japonesa* [en línea]. Tokyo [?]: Nipponia, 2003 [consulta: 07/11/2008]. URL: <<http://web-japan.org/nipponia/nipponia27/es/feature/index.html>>.

NIPPONIA No. 38: *Living with Robots* [en línea]. Tokyo [?]: Nipponia, 2006 [consulta: 07/04/2009]. URL: <<http://web-japan.org/nipponia/nipponia38/en/feature/index.html>>.

NIPPONIA No. 40: *El Mundo de las Cosas Monas o Kawaii* [en línea]. Tokyo [?]: Nipponia, 2007 [consulta: 06/09/2008]. URL: <<http://web-japan.org/nipponia/nipponia40/es/feature/index.html>>.

NIPPONIA No. 46: *Akihabara, el mercado electrónico de Japón* [en línea]. Tokyo [?]: Nipponia, 2008 [consulta: 07/04/2009]. URL: <<http://web-japan.org/nipponia/nipponia46/es/index.html>>.

NYE, Joseph S. Jr. *"Soft Power"* [en línea]. Foreign Policy. Otoño 1990. pp. 153-171. [consulta: 27/04/2008]. URL: <[http://www.foreignpolicy.com/Ning/archive/archive/080/SOFT\\_POWER.PDF](http://www.foreignpolicy.com/Ning/archive/archive/080/SOFT_POWER.PDF)>.

NYE, Joseph S. Jr. *"Think Again: Soft Power"* [en línea]. Foreign Policy. Febrero, 2006 [consulta: 27/04/2008]. URL: <[http://www.foreignpolicy.com/story/cms.php?story\\_id=3393&print=1](http://www.foreignpolicy.com/story/cms.php?story_id=3393&print=1)>.

NYE, Joseph S. Jr. *"The Decline of America's Soft Power"* [en línea]. Foreign Affairs (<http://www.foreignaffairs.com>). New York: Council on Foreign Relations, Inc., 2004. Mayo/Junio 2004 [consulta: 27/04/2008]. URL: <<http://www.foreignaffairs.com/articles/59888/joseph-s-nye-jr/the-decline-of-americas-soft-power>>.

OKADA, Toshio. *Introduction to Otakuology*. Tokyo: Kadokawa Shôten Publishing Co., 1996. ISBN: 978-4-872-33279-7.

OKIMOTO, Daniel (ed.); y ROHLEN, Thomas (ed.). *Inside the Japanese System: Readings on Contemporary Society and Political Economy*. Stanford (California): Stanford University Press, 1997 (Orig.1988); ISBN: 0-8047-1423-1.

OKONOGI, Keigo. *Moratorium Ningen no Jidai* (The Age of the Moratorium People). Japan Echo. Tokyo: Japan Echo, 1987 (Orig. Chûôkôronsha, 1978). Vol. 5.

PATTEN, Fred. *Watching Anime, Reading Manga: 25 Years of Essays and Reviews*. Macek, Carl (prol.). Berkeley (California): Stone Bridge Press, 2004. ISBN: 1-880656-92-2.

PAYÁN, Miguel Juan. *George Lucas: El Mayor Espectáculo del Mundo*. Madrid: Ediciones JC Clementine, 1999. Colección Clásicos: Biografías de Cine. ISBN: 84-95121-08-5.

PHOENIX, Woodrow. *Plastic Culture: How Japanese Toys Conquered the World*. Tokyo: Kodansha International, 2006. ISBN: 978-4-7700-3017-7.

PORTER, Michael E. *"Clusters and the New Economics of Competition"* [en línea]. Harvard Business Review. Boston (EEUU): Harvard Business Publishing, 1998. Noviembre/diciembre 1998 [reimp.] pp. 70-90. [consulta: 14/12/2007]. URL: <<http://www.econ-pol.unisi.it/didattica/ecreti/Porter1998.pdf>>.

POWELL, Richard R. *Wabi Sabi Simple: Create Beauty, Value Imperfection, Live Deeply*. Cincinnati (Ohio, EEUU): Adams Media, 2004. ISBN-13: 978-1-5933-7178-4.

RANGE, Murata (ed.). *Robot: Super Colour Comic* (Vol. 1). Navarro, Joan (dir.). Barcelona: Glénat, 2007 (Orig. 2004). ISBN: 978-84-8357-201-6.

RANGE, Murata (ed.). *Robot: Super Colour Comic* (Vol. 2). Navarro, Joan (dir.). Barcelona: Glénat, 2007 (Orig. 2005). ISBN: 978-84-8357-202-3.

RANGE, Murata (ed.). *Robot: Super Colour Comic* (Vol. 3). Navarro, Joan (dir.). Barcelona: Glénat, 2008 (Orig. 2005). ISBN: 978-84-8357-365-5.

REICHERT, James Robert. *In the Company of Men: Representations of Male-male Sexuality in Meiji Literature*. Stanford (California): Stanford University Press, 2006. ISBN: 978-0-8047-5214-5.

- REYNOLDS, Isabel. "UNICEF says Japan failing to control child porn" [en línea]. *Reuters UK. Chalmers, John (ed.)*. London: Thomson Reuters, 11 de marzo de 2008 [10/03/2009]. URL: <<http://uk.reuters.com/article/internetNews/idUKT20430220080311?sp=true>>.
- ROACH, Mary. "Cute Inc." [en línea]. Wired Digital Inc (ed.). Wired Magazine. N° 7/12 (Diciembre 1999) [consulta: 11/02/2009]. URL: <<http://www.wired.com/wired/archive/7.12/cute.html>>.
- ROBERSON, James E. (ed.); y SUZUKI, Nobue (ed.). *Men and Masculinities in Contemporary Japan: Dislocating the Salaryman Doxa*. London: RoutledgeCurzon, 2002. ISBN: 0-4152-7147-9.
- ROIG, Seabastiá. *Les Generacions del Còmic: De la Família Ulises als Manga*. Barcelona: Flor de Vent, 2000. Col·leció "De Llevant a Ponent", n° 12. ISBN: 978-84-89644-49-6.
- ROJAS, Alberto. "Sexual Dolls, La Perversión Nipona". *El Mundo - UVE (Sexo/Comunicación)*. Martes 7 de Agosto de 2007, p. 9.
- ROKURO, Hidaka. *The Price of Affluence: Dilemmas of Contemporary Japan*. Tokyo: Kodansha International, 1984. ISBN: 0-8701-1655-X.
- SANADA, Ryo; y SURIDH, Hassan. *Rackgaki: Japanese Graffiti*. London: Laurence King Publishers, 2007. ISBN: 978-1-85669-504-6.
- SATÔ, Kenji. "Más animados que la vida. Visión crítica de los dibujos animados japoneses" *Cuadernos de Japón. Eikichi, Hayashiya (ed.)*. Tokyo: Japan Echo Inc./Nippon Press, 1998. Vol XI, n°1 (invierno 1998).
- SCHNIDT, Jérôme; y MARTIN-DELPIERRE, Hervé. *Los Mundos Manga. Sobregués, Noemí (coord.)*. Barcelona: Océano, 2007 (Orig. 2005). ISBN: 978-84-494-3363-4.
- SCHNIDT, Jérôme; y MARTIN-DELPIERRE, Hervé. *Un Monde Manga [Un Mundo Manga]*. Génération Vidéo. France 5, 27 de abril de 2007 (Orig.2004).
- SCHODT, Frederik L. *America and the Four Japans: Friend, Foe, Model, Mirror*. Berkeley (California): Stone Bridge Press, 1994. ISBN: 1-880656-10-8.
- SCHODT, Frederik L. *Inside the Robot Kingdom: Japan, Mechatronics and the Coming Robotopia*. Tokyo: Kodansha International, 1988. ISBN: 0-8701-1918-4.
- SCHODT, Frederik L. *Dreamland Japan: Writings on Modern Manga*. Berkeley, (California): Stone Bridge Press, 1996. ISBN: 1-880656-23-X.
- SCHODT, Frederik L. *Manga! Manga! The World of Japanese Comics*. 15ª ed [ed. rev.]. Tokyo: Kodansha Internacional, 2007 (Orig. 1983). ISBN: 978-4-7700-1252-4.
- SCHODT, Frederik L. *Native American in the Land of the Shogun: Ranald MacDonald and the Opening of Japan*. Berkeley, (California): Stone Bridge Press, 2003. ISBN: 1-880656-77-9.
- SCHODT, Frederik L. *The Astroboy Essays: Osamu Tezuka, Mighty Atom, and the Manga-Anime Revolution*. Berkeley, (California): Stone Bridge Press, 2007. ISBN: 978-1-933330-54-9.
- SHIRABE, M. y BABA, Y. "Do Three Dimensional Realtime Interfaces Really Play Important Roles?". En: SMITH, Michael J. (ed.), SALVENDY, Gavriel (ed.); y KOUBEK, Richard J. (ed.). *HCI International 1997 - Proceedings of the Seventh International Conference on Human-Computer Interaction (San Francisco, 24-29 de agosto de 1997)*, vol. 2. San Francisco (California, EEUU): [s.n.], 1997. pp. 849-852.
- SHIRABE, M.; BABA, Y. "Do Three Dimensional Realtime Interfaces Really Play Important Roles?"; en: SKOV, Lise (ed.); y MOERAN, Brian (ed.). *Women Media and Consumption in Japan*. Honolulu (Hawái): University of Hawaii Press, 1996. ISBN: 0-8248-1776-1.
- SHIRABE, M.; BABA, Y. "The Influences of Virtual Reality Games on Media Identity: A Case study of High School Students". En: *Proceedings of The Sixth International Conference on Artificial Reality and Tele-Existence*. [s.l.]: [s.n.], 1996. pp.133-142.
- SILVA (da), Joaquín. *Obscenidad y el Artículo 175 del Código Penal Japonés: Pequeña Introducción a la Censura Japonesa* [en línea]. [s.l.]: [s.n.], 1 de diciembre de 2005, revisado: 21 de abril de 2009 [consulta: 28/02/2009]. URL: <<http://es.geocities.com/eiga9/articulos/obsценidad.html>>.
- SIMMONS, Ben; y CRAFT, Lucille M. (coaut.). Tokyo. Düsseldorf: teNeues, 2003. ISBN: 3-8238-4528-4.
- STEIMBERG, Shirley R.; PARMAR, Priya; y RICHARD, Birgit. *Contemporary Youth Culture: an International Encyclopedia*. Westport (Connecticut, EEUU): Greenwood Press, 2006. ISBN: 0-313-32716-5.
- STOUT, Cristie Lu. "Otaku: Japan's Gadget Geeks Dictate Tech Future" [en línea]. *CNN.com/Business*. 13 de julio de 2001 [consulta: 14/06/2008]. URL: <<http://edition.cnn.com/2001/BUSINESS/asia/07/12/tokyo.otaku/>>.
- SUZU, Suzuki. "Kamishibai: Un Cuento Ejemplar" [en línea]. keiller, Alice (trad.); Durban, Dario Seb (trad.). Seda. *Revista de Estudios Asiáticos*. Buenos Aires [?]: Seda. revista de Estudios Asiáticos, 2007. N° 5, febrero de 2007 [consulta: 31/12/2008]. URL: <<http://www.revistaseda.com.ar/articulos/kamishibai>>.

php>.

SUZUKI, Suzu. "Kamishibai: A Cautionary Tale" [en línea]. The Japan Journal. vol. 3, nº 7, noviembre 2006 [consulta: 10/01/2009]. URL: <[http://www.japanjournal.jp/tjje/show\\_art.php?INDyear=06&INDmon=11&artid=480f36ea2b4c574c6d67019b469f58fa](http://www.japanjournal.jp/tjje/show_art.php?INDyear=06&INDmon=11&artid=480f36ea2b4c574c6d67019b469f58fa)>.

SUZUKI, Tsurekatsu. *Kamishibai ga yattekita! [¡Ha llegado el kamishibai!]*. Tokyo: Kawade Shobo Shinsha, 2007. ISBN: 978-4-309-72753-0.

578

TABUCHI, Hiroko; "Companies offer cell-phone comics in Japan" [en línea]. USATODAY.com. 22 de agosto de 2005 [consulta: 14/01/2009]. URL: <[http://www.usatoday.com/tech/products/services/2005-08-22-cell-phone-comics\\_x.htm](http://www.usatoday.com/tech/products/services/2005-08-22-cell-phone-comics_x.htm)>.

TAKAHASHI, Junko. "Crisis sexual en el país del sol naciente". El Mundo - Crónica. Nº 654 (27 de Abril de 2008) p.11.

TANAKA, Tatsunuki. Cannabis Works. Tokyo: Style Co., Ltd., 2003. ISBN: 4-87031-567-X.

TANIZAKI, Junichirô. *El Elogio de la Sombra. Escobar, Julia* (trad.). 13ª ed. Madrid: Siruela, 2002 (Orig. 1933). Biblioteca de Ensayo. ISBN: 84-7844-258-8.

TASCHEN, Angelika (ed.). *Living in Japan [Vivir en Japón]*. Kerr, Alex (col.); Arlyn Sokol, Kathy (col.); Guntli, Reto (il.). Köln (Colonias, Alemania): Taschen, 2006. ISBN: 978-3-8228-4595-0.

TELOTTE, J.P. *El Cine de Ciencia Ficción. Parra Ortiz, José Miguel* (trad.). Madrid: Cambridge University Press, 2002 (Orig. 2001). ISBN: 84-8323-304-5.

THALER, Peter (ed.). *Pictoplasma*. Berlin (Alemania): Die Gestanten Verlag, 2001. ISBN: 3-931126-58-7.

THALER, Peter (ed.). *Pictoplasma 2: Contemporary Character Design*. Murakami, Takashi (prol.). Leipzig (Alemania): Die Gestanten Verlag, 2003. ISBN: 3-89955-021-8.

*The Art of Steamboy*. Ôtomo, Katsuhiro (dir.); y Kimura, Shinji (dir.). Tokyo: Katsuhiro Ôtomo Mash Room / Steamboy Committee, 2004. ISBN: 4-06-364602-5.

TILLON, Fabien. *Culture Manga*. Paris: Nouveau Monde, 2006. ISBN: 978-2847361834.

TORIYAMA, Akira. Akira Toriyama: *The World*. Tokyo: Shueisha/Jump Comics Deluxe, 1992. ISBN: 4-08-858130-X.

TOYOSHIMA, Hideki. "Ensayo de Hideki Toyoshima". *Arte y Parte*. Nº 71 (Octubre/Noviembre 2007) pp.68-69 [Publicado originalmente en: ART IT, nº 12 (Tokyo), Verano/otoño 2006, pp. 51-52].

TRAGANOU, Jilly. *The Tokaido Road: Travelling and Representation in Edo and Meiji Japan*. London: RoutledgeCurzon, 2004. ISBN: 0-415-31091-1.

TREAT, John. "Yoshimoto Banana Writes Home: Shôjo Culture and the Nostalgic Subject". *Journal of Japanese Studies*. Seattle (USA): The Society for Japanese Studies/University of Washington, 1993. Vol. XIX, nº 2 (verano de 1993) pp. 353-388.

TSUZUKI, Kyoichi. *Tokyo: A Certain Style*. 3ª ed. San Francisco (California): Chronicle Books LLC, 1999 (Orig. 1997). ISBN: 0-8118-2423-3.

VALLHONRAT, Valentín. *Room for Love. Williams, Val* (prol.). Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca, 2000. ISBN: 84-7800-921-3.

VAN GOGH, Vincent. *Cartas a Théo. Jamís, Fayad* (prol.); *Oraa (de), Francisco* (trad.). 2ª ed. Barcelona: Idea Books S.A., 1998. Colección Idea Universitaria. ISBN: 84-8236-082-5.

VON SEIDLITZ, Woldemar; y AMSDEN, Dora. *Ukiyo-e: Grabados Japoneses*. González Díaz, Millán (trad.). Madrid: Edimat Libros, 2008 (Orig. 2007). ISBN: 978-84-9794-088-7.

WELLS, Paul. *Understanding Animation*. London: Routledge, 1998. ISBN: 0-415-15597-3.

WILDE, Oscar. *La Decadencia de la Mentira*. Balseiro Fernández-Campoamor, María Luisa (trad.). Madrid: Siruela, 2001. ISBN: 84-7844-518-8.

WOZNICKI, Krystian; "Towards a Cartography of Japanese anime: Anno Hideaki's 'Evangelion'. Interview with Azuma Hiroki" [en línea]. Blimp Film Magazine. Graz (Austria): Graz Publications, 1997. Nº 36, 1997 [consulta: 23/07/2008]. URL: <<http://www.nettime.org/Lists-Archives/nettime-l-9802/msg00101.html>>.

YAMAGUCHI, Mari. "Doraemon appointed Japan's first ever cartoon ambassador" [en línea]. The China Post. Taiwan: The China Post, 20 de marzo de 2008 [consulta: 16/01/2009]. URL: <<http://www.chinapost.com.tw/asia/japan/2008/03/20/147952/Doraemon-appointed.htm>>.

YAMAGUCHI, Yumi. *Warriors of Art: A Guide to Contemporary Japanese Artists* [Guerreros del Arte: Una Guía a los Artistas Contemporáneos Japoneses]. Tanaka, Arthur (trad.). Tokyo: Kodansha International, 2007. ISBN: 978-4-7700-3031-3.

YANG, Jeff. "ASIAN POP Manga Nation : No longer an obscure cult art form, Japanese comics are

*becoming as American as apuru pai*". San Francisco Chronicle. San Francisco (California): San Francisco Chronicle, 14 de junio de 2004 [consulta: 14/08/2009]. URL: <<http://www.sfgate.com/cgi-bin/article.cgi?file=/g/archive/2004/06/14/manganation.DTL>>.

YONEMOTO, Marcia. *Mapping Early Modern Japan: Space, Place, and Culture in the Tokugawa Period, 1603-1868*. Berkeley/Los Angeles (California): University of California Press, 2003. ISBN: 0-520-23269-0.

YOSHIHARA, Yoshindo; KAPP, Leon; y KAPP, Hiroko. *The Craft of the Japanese Sword*. 17ª ed. Tokyo: Kodansha Internacional, 2001 (Orig. 1987). ISBN: 0-87011-798-X.

Yoshitomo Nara + graf: Torre de Málaga. Francés, fernando (dir.); Tae, Hyunsun (col.). Málaga: CAC Málaga - Centro de Arte Contemporáneo de Málaga, 2007. ISBN: 978-84-96159-56-3

Yoshitomo Nara + graf: *Torre de Málaga*. [Video DVD]. Málaga: CAC Málaga - Centro de Arte Contemporáneo de Málaga, 2007.

YŪZAN, Daidōji. *El Código del Samurai: El Espíritu del Bushido Japonés y la Vía del Guerrero*. Sadler, A.L. (ver.); Colodrón, Alfonso (trad.). Madrid: Edaf, 1998 (Orig. S.XVI [?]). Colección Arca de Sabiduría. ISBN: 84-414-0294-9.

#### RELACIÓN DE SERIES MANGA RESEÑADAS (POR AUTOR)

ADACHI, Mitsuru. *Touch* [Bateadores]. Tokyo: Shōgakukan (Shōnen Sunday), 1981.

AKATSUKA, Fujio. *Himitsu no Akko-chan* [El secreto de la pequeña Akko]. Tokyo: Shueisha (Ribon), 1962.

AKATSUKA, Fujio. *Osomatsu-kun*. Tokyo: Shōgakukan (Shōnen Sunday), 1962.

AKATSUKA, Fujio. *Tensai Bakabon*. Tokyo: Kōdansha (Weekly Shōnen Magazine), 1967.

AKI, Katsu. *Futari Ecchi*. Tokyo: Hakusensha (Young Animal), 1997. [De la edición española: AKI, Katsu. *Yura y Makoto: Futari H*. Sevilla: Mangaline, 2005. ISBN: 978-8493212551].

AKIMOTO, Osamu. *Kochira Katsushika-ku Kameari Kōen-mae Hashutsujo* [Aquí la comisaría de policía frente al parque de Kameari, en el distrito de Katsushika]. Tokyo: Shueisha (Weekly Shōnen Jump), 1976.

ANNO, Moyoko. *Happy Mania*. Tokyo: Shodensha (Fell Young), 1996.

AOYAMA, Goshō. *Meitantei Conan*. Tokyo: Shōgakukan (Weekly Shōnen Sunday), 1994. [De la edición española: AOYAMA, Goshō. *Detective Conan*. Barcelona: Planeta DeAgostini, 2005. ISBN: 843-2715010937].

ASANO, Inio. *Nijigahara Holograph*. [s.l.]: Ohta Shuppan, 2003. [De la edición española: ASANO, Inio. *Nijigahara Holograph*. Tarragona: Ponent Mon, 2009. ISBN: 978-84-924-4435-9].

CHIBA, Tetsuya; KAJIWARA, Ikki. *Ashita no Joe* [Joe del mañana]. Tokyo: Kodansha (Weekly Shōnen Magazine), 1968.

CHIBA, Tetsuya. *Notari Matsutarō*. Tokyo: Shōgakukan (Big Comic), 1973.

CLAMP. *Clover*. Tokyo: Kōdansha (Amie), 1997.

FUJIKO F. FUJIO. *Doraemon*. Tokyo: Shōgakukan, 1969. [De la edición española: FUJIKO F. FUJIO. *Doraemon*. Barcelona: Planeta DeAgostini, 2006. ISBN: 8432715014584].

FUJIKO FUJIO. *Ninja Hattori-kun* [El Ninja Hattori]. Tokyo: Shōgakukan (Shōnen Sunday), 1964.

FUMIMURA, Shō; IKEGAMI, Ryoichi. *Sanctuary*. Tokyo: Shōgakukan (Big Comic Superior), 1990. [De la edición española: FUMIMURA, Shō; IKEGAMI, Ryoichi. *Santuario*. Madrid: Otakuland, 2003. ISBN: 84-96425-00-2].

GYŪ, Jirō; AKATSUKA, Fujio. *Tateshi no Kensaku* [Kensaku el constructor]. Tokyo: Kōdansha (Shōnen Magazine), 1978.

GYŪ, Jirō; SAKONJI, Ryō. *Pachinkā ninbetsuchō* [Registro de jugadores de Pachinko]. Tokyo: Nihon Bungeisha (Manga Goraku), 1975.

HARA, Hidenori. *Densha Otoko: Net hatsu, kakuekiteisha no love story* [El hombre del tren: historia de amor de un tren de cercanías, en internet]. Tokyo: Shōgakukan (Young Sunday), 2005. [De la edición española: HARA, Hidenori. *Otaku in love*. Barcelona: Glénat, 2006. ISBN: 978-84-8449-585-7].

- HASEGAWA, Machiko. *Sazae-san*. Fukuoka: Yûkan Fukunichi, 1946; Tokyo: Asahi Shinbun, 1949. [De a edición Internacional en inglés: HASEGAWA, Machiko. *The Wonderful World of Sazae-san* (Vol.1). Young, Jules (trad.); Young, Dominic (trad.). 15ª ed. Tokyo: Kodansha International, 2003. ISBN: 4-7700-2075-9].
- HIRATA, Hiroshi. *Satsuma Gishiden*. Tokyo: Nihon Bungeisha, 1977. [De la edición española: HIRATA, Hiroshi. *Satsuma Gishiden*. Palma de Mallorca: Dolmen editorial, 2009. ISBN: 978-84-92458-46-2].
- HOJO, Tsukasa. *City Hunter*. Tokyo: Shueisha (Weekly Shônen Jump), 1985. [De la edición española: HOJO, Tsukasa. *City Hunter*. Sevilla: Mangaline, 2004. ISBN:978-8495941848].
- IKEDA, Ryoko. *Versailles no Bara*. Tokyo: Shueisha (Margaret), 1972. [De la edición española: IKEDA, Ryoko. *La rosa de Versailles*. Barcelona: Azake Ediciones, 2003. ISBN: 978-8493285210].
- INOUE, Takehiko. *Slam Dunk*. Tokyo: Shueisha (Shônen Jump), 1990. [De la edición española: INOUE, Takehiko. *Slam Dunk*. Barcelona: Ivrea, 2003. ISBN: 978-98-710-7161-6].
- INOUE, Takehiko. *Vagabond*. Tokyo: Kôdansha (Weekly Morning), 1998. [De la edición española: INOUE, Takehiko. *Vagabond*. Barcelona: Ivrea, 2003. ISBN: 978-9871071685].
- ISHII, Takashi. *Kuro no tenshi* [Los ángeles negros]. Tokyo: Shônen Gahôsha (Young Comic), 1976.
- ISHIMORI, Shôtarô. *Nihon Keizai no Nyûmon* [Japan, Inc. Introducción a la economía japonesa]. Tokyo: Nihon Keizai Shinbunsha, 1986.
- KABASHIMA, Katsuichi. *Shôchan no Boken* [Las Aventuras de Shô-chan]. Tokyo: Hatsubai/Shôgakukan, 2003.
- KAWASHITA, Mizuki. *Ane Doki*. Tokyo: Shueisha (Shônen Jump), 2009.
- KISHIMOTO, Masashi. *Naruto*. Tokyo: Shueisha (Shônen Jump), 2001. [De la edición española: KISHIMOTO, Masashi. *Naruto*. Barcelona: Glénat, 2002. ISBN: 978-84-8449-275-7].
- KITAZAWA, Rakuten. *Tagosaku to Mokubêno Tôkyô Kenbutsu* [El viaje a Tokio de Tagosaku y Mokubê]. Tokyo: [s.n.], 1901.
- KITAZAWA, Rakuten. *Tonda Haneko-jô* [La señorita Haneko Tonda]. [s.l.]: Jiji Shinpô, 1929.
- KOBAYASHI, Makoto. *Club 9*. Tokyo: Kodansha (Super Manga Blast), 1992.
- KOIKE, Kazuo; IKEGAMI, Ryoichi. *Crying Freeman*. Tokyo: Shôgakukan (Weekly Big Comic Spirits), 1986. [De la edición española: KOIKE, Kazuo; IKEGAMI, Ryoichi. *Crying Freeman*. Barcelona: Planeta DeAgostini, 2005. ISBN: 843-2715013198].
- KOIKE, Kazuo; KOJIMA, Goseki. *Kozure Ôkami*. Tokyo: Futabasha (Weekly Manga Action), 1970. [De la edición española: KOIKE, Kazuo; KOJIMA, Goseki. *El lobo solitario y su cachorro*. Barcelona: Planeta DeAgostini, 2003. ISBN: 8431474002399].
- KUBO, Tite. *Bleach*. Tokyo: Shueisha (Shônen Jump), 2001. [De la edición española: KUBO, Tite. *Bleach*. Barcelona: Glénat, 2006. ISBN: 978-84-8449-976-3].
- KUROGANE, Shôsuke. *Anmitsu Hime* (Princesa Azucar). Kobunsha (Shôjo), 1949.
- KURUMADA, Masami. *Saint Seiya Next Dimension Meiô Shinwa*. Tokyo: Akita Shoten (Shônen Champion), 2006. [De la edición española: KURUMADA, Masami. *Los caballeros del Zodíaco. Saint Seiya Next Dimension. Myth of Hades*. Barcelona: Ivrea, 2009. ISBN: 978-84-92725-90-9].
- MAEDA, Toshio. *Urotsukidôji*. Tokyo: Shueisha Hentai, 1986.
- MATSUMOTO, Izumi. *Kimagure Orange Road*. Tokyo: Shueisha (Shônen Jump), 1984. [De la edición española: MATSUMOTO, Izumi. *Kimagure Orange Road*. Barcelona: Glénat, 2008. ISBN: 978-84-8357-845-2].
- MIYAO, Shigeo. *Dango Kushiuke Manyû* [Crónicas del viaje de Dango Kushiuke]. [s.l.]: Maiyu Shinbun, 1922.
- MIYAZAKI, Hayao. *Kaze no tani no Naushika*. Tokyo: Tokuma Shoten (Animage), 1982. [De la edición española: MIYAZAKI, Hayao. *Nausicaä del valle del viento*. Barcelona: Planeta DeAgostini, 2001. ISBN: 848-00-0210-451-7].
- MIZUKI, Kyoko; IGARASHI, Yumiko. *Candy Candy*. Tokyo: Kôdansha (Nakayoshi), 1975.
- MIZUKI, Shigeru. *Ge Ge Ge no Kitarô*. Tokyo: Kôdansha (Shônen magazine), 1959.
- MIZUNO, Ryu; YAMADA, Akihiro. *Record of Lodoss War: Faris no Seijo*. Tokyo: Kadokawa Shoten, 1991?. [De la edición española: MIZUNO, Ryu; YAMADA, Akihiro. *Record of Lodoss War: La Dama de Faris*. Barcelona: Planeta DeAgostini, 2004. ISBN: 978-8467407969].
- MONKEY PUNCH. *Lupin III*. Tokyo: Futabasha (Weekly Manga Action), 1967. [De la edición española: MONKEY PUNCH. *Lupin III*. Sevilla: Mangaline, 2003. ISBN: 978-8496589957].
- MORI, Hideki; KUBOTA, Sentaro. *Bokko*. Tokyo: Shôgakukan, 1992. [De la edición española: MORI,

- Hideki; KUBOTA, Sentaro. *Bokko*. Tarragona: Ponent Mon, 2007. ISBN: 978-84-96427-66-2].
- NAGAI, Gô. *Devilman*. Tokyo: Kodansha (Shônen Magazine), 1972.
- NAGAI, Gô. *Harenchi Gakuen* [Escuela sin vergüenza]. Tokyo: Shueisha (Shônen Jump), 1968.
- NAGAI, Gô. *Mazinger Z*. Tokyo: Shueisha (Shônen Jump), 1972.
- NAKAZAWA, Keiji. *Hadashi no Gen* [Gen descalzo]. Tokyo: Shueisha (Weekly Shônen Jump), 1973.
- OBA, Tsugumi; OBATA, Takeshi. *Bakuman*. Tokyo: Shueisha (Shônen Jump), 2008.
- ÔBAYASHI, Yûichirô; TAGAWA, Yasayuki. *Tekka no Makihei* [Makihei el cocinero de sushi]. Tokyo: [s.n.], 1978.
- ODA, Eiichirô. *One Piece*. Tokyo: Shueisha (Shônen Jump), 1997. [De la edición española: ODA, Eiichirô. *One Piece*. Barcelona: Planeta DeAgostini, 2004. ISBN: 8480002185189].
- OKAMOTO, Ippei. *Hito no Isshō* [Vida de un hombre]. Ôsaka [?]: Asahi Shinbun, 1921.
- OKAZAKI, Mari. *BX*. Tokyo: Shueisha (Bouquet), 1999.
- OKAZI, Minami. *Bronze: Zetsuai since 1989*. Tokyo: Shueisha (Margaret Comics), 1992. [De la edición española: OKAZI, Minami. *Bronze: Zetsuai since 1989*. Barcelona: Glénat, 2009. ISBN: 978-84-8357-918-3].
- OKAZI, Minami. *Zetsuai 1989*. Tokyo: Shueisha (Margaret Comics), 1989. [De la edición española: OKAZI, Minami. *Zetsuai 1989*. Barcelona: Glénat, 2002. ISBN: 978-8484491071].
- ÔTOMO, Katsuhiko. *Akira*. Tokyo: Kôdansha (Young Magazine), 1982. [De la edición española: ÔTOMO, Katsuhiko. *Akira*. Barcelona: Ediciones B, 1999. ISBN: 978-84-4069-265-8].
- ROKUDA, Noboru. *Dash Kapppei*. Tokyo: Shôgakukan (Shônen Sunday), 1979. [De la edición española: ROKUDA, Noboru. *Chicho Terremoto*. Barcelona: Banzai Ediciones, 2007. ISBN: 978-84-935-6491-9].
- SAITO, Tadao. *Golgo 13*. Tokyo: Shôgakukan (Big Comic), 1969.
- SAKAMOTO, Gajô. *Tanku Tankurô*. Tokyo: Kôdansha (Yônen Club), 1934.
- SAMURA, Hiroaki. *Mujen no Jûnin* [El habitante del infinito]. Tokyo: Kodansha (Afternoon), 1994. [De la edición española: SAMURA, Hiroaki. *La espada del inmortal*. Barcelona: Glénat, 2003. ISBN: 978-84-8449-295-5].
- SATÔ, Sanpei. *Fuji Santarô*. Tokyo: Asahi Shinbun, 1974.
- SHIMADA, Keizo. *Bôken Dankichi* [Dankichi el aventurero]. Tokyo: Kôdansha (Shônen Club), 1933.
- SHIRATO, Sanpei. *Kamui Den* [La leyenda de Kamui]. Tokyo: Garo, 1964.
- SHIRATO, Sanpei. *Ninja Bugeichô* [Crónica de los logros militares de un ninja]. Tokyo: Shogakukan, 1959.
- SHIROW, Masamune. *Appleseed*. Tokyo: Kodansha (Weekly Shônen Magazine), 1985. [De la edición española: SHIROW, Masamune. *Appleseed*. Barcelona: Planeta DeAgostini, 2008. ISBN: 978-8467428391].
- SHIROW, Masamune. *Ghost in the shell*. Tokyo: Kodansha (Young Magazine), 1989. [De la edición española: SHIROW, Masamune. *Ghost in the shell*. Barcelona: Planeta DeAgostini, 2004. ISBN: 978-8439573784].
- TAGAWA, Suihō. *Norakurô* [El descarriado negro]. Tokyo: Kôdansha (Shônen Club), 1931.
- TAKAHASHI, Rumiko. *Inuyasha*. Tokyo: Shôgakukan (Shônen Sunday), 1996. [De la edición española: TAKAHASHI, Rumiko. *Inuyasha*. Barcelona: Glénat, 2002. ISBN: 978-84-8449-263-4].
- TAKAHASHI, Rumiko. *Maison Ikkoku*. Tokyo: Shôgakukan (Big Comic Spirits), 1980. [De la edición española: TAKAHASHI, Rumiko. *Maison Ikkoku*. Barcelona: Glénat, 2004. ISBN: 978-84-8449-519-2].
- TAKAHASHI, Rumiko. *One-Pound Gospel*. Tokyo: Shôgakukan (Weekly Young Sunday), 1987. [De la edición española: TAKAHASHI, Rumiko. *One-Pound Gospel*. Barcelona: Glénat, 2008. ISBN: 978-84-8357-231-3].
- TAKAHASHI, Rumiko. *P no Hideki*. Tokyo: Shôgakukan, 1994. [De la edición española: TAKAHASHI, Rumiko. *La tragedia de P*. Barcelona: Glénat, 2006. ISBN: 978-84-8857-440-4].
- TAKAHASHI, Rumiko. *Ranma 1/2*. Tokyo: Shôgakukan (Weekly Shônen Sunday), 1987. [De la edición española: TAKAHASHI, Rumiko. *Ranma 1/2*. Barcelona: Glénat, 2001. ISBN: 978-84-8449-112-5].
- TAKAHASHI, Rumiko. *Urusei Yatsura*. Tokyo: Shôgakukan (Shônen Sunday), 1978. [De la edición española: TAKAHASHI, Rumiko. *Urusei Yatsura*. Barcelona: Glénat, 2005. ISBN: 978-84-8449-726-4].
- TAKAHASHI, Shin. *Saishû Heiki Kanojo*. Tokyo: Shôgakukan (Big Comic Spirits), 2000. [De la edición

- española: TAKAHASHI, Shin. *El arma definitiva*. Barcelona: Glénat, 2003. ISBN: 978-84-8449-288-7].
- TAKAHASHI, Yôichi. *Captain Tsubasa*. Tokyo: Shueisha (Shônen Jump), 1981. [De la edición española: TAKAHASHI, Yôichi. *Capitán Tsubasa: Las aventuras de Oliver y Benji*. Barcelona: Glénat, 2003. ISBN: 978-84-8449-402-7].
- TAKEMIYA, Keiko. *Kaze to ki no uta* [Poema del viento y los árboles]. Tokyo: Shôgakukan (Shôjo Comic), 1976.
- TAKEUCHI, Naoko. *Sailor Moon*. Tokyo: Kôdansha (Nakayoshi), 1992.
- TANIGUCHI, Jiro; FURUYAMA, Kan. *Kaze no Sho*. Tokyo: Akita Shoten, 1992. [De la edición española: TANIGUCHI, Jiro; FURUYAMA, Kan. *Crónicas del Viento*. Barcelona: Ivrea, 2004. ISBN: 978-9875621770].
- TANIGUCHI, Jiro; SEKIKAWA, Natsuo. *Botchan no Jidai*. Tokyo: futabasha, 1987. [De la edición española: TANIGUCHI, Jiro; SEKIKAWA, Natsuo. *La época de Botchan*. Tarragona: Ponent Mon, 2005. ISBN: 978-84-933992-6-4].
- TANIGUCHI, Jiro. *Chichi no koyomi*. Tokyo: Shôgakukan, 1994. [De la edición española: TANIGUCHI, Jiro. *El almanaque de mi padre*. Barcelona: Planeta DeAgostini, 2001. ISBN: 8432715008408].
- TATSUMI, Yoshihiro. *Yûrei Takushi* [El taxi fantasma]. Tokyo: [s.n.], 1957.
- TATSUMI, Yoshihito. *Gekiga Hyoryu*. Tokyo: Seirin Kôgeisha (Mandarake Manga Mokuroku / Mandarake ZENBU), 1995. [De la edición española: TATSUMI, Yoshihito. *Una vida errante*. Bilbao: Astiberri Ediciones, 2009. ISBN: 978-84-92769-12-4].
- TEZUKA, Osamu. *Adurufu ni Tsugu*. Tokyo: Bungei Shunju (Shukan Bunshun), 1983. [De la edición española: TEZUKA, Osamu. *Adolf*. Barcelona: Planeta DeAgostini, 2005. ISBN: 978-84-3950-222-7].
- TEZUKA, Osamu. *Black Jack*. Tokyo: Akita Shôten (Shônen Champion), 1973. [De la edición española: TEZUKA, Osamu. *Black Jack*. Barcelona: Glénat, 2006. ISBN: 978-84-8449-997-8].
- TEZUKA, Osamu. *Buddha*. Tokyo: Kibo no Tomo, 1972. [De la edición española: TEZUKA, Osamu. *Buda*. Barcelona: Planeta DeAgostini, 2004. ISBN: 978-84-3950-469-6].
- TEZUKA, Osamu. *Hi no Tori*. Tokyo: COM, 1967; Tokyo: Asahi (Manga Shônen), 1976. [De la edición española: TEZUKA, Osamu. *Fénix*. Barcelona: Planeta DeAgostini, 2003. ISBN: 843-14-7400-249-8].
- TEZUKA, Osamu. *Jungle Taitei* [El Emperador de la selva, "Kimba, el León Blanco"]. Tokyo: Gakudoshia (Manga Shônen Magazine), 1950.
- TEZUKA, Osamu. *Lost World*. [s.l.]: Fujishobo, 1948. [De la edición española: TEZUKA, Osamu. *Lost World*. Barcelona: Glénat, 2007. ISBN: 978-84-8449-938-1].
- TEZUKA, Osamu. *Mâchan no Nikkichô* [El diario de Mâ-chan]. Ôsaka: Mainichi News Papers (Ôsaka Mainichi Shokokumin Shinbun), 1946.
- TEZUKA, Osamu. *Metrópolis*. Ôsaka: Ikuei Publishing, 1949. [De la edición española: TEZUKA, Osamu. *Metrópolis*. Barcelona: Glénat, 2004. ISBN: 978-84-8449-562-8].
- TEZUKA, Osamu. *Ribon no Kishi* [El caballero del lazo]. Tokyo: Kôdansha (Shôjo Club), 1953. [De la edición española: TEZUKA, Osamu. *La Princesa caballero*. Barcelona: Glénat, 2004. ISBN: 978-84-8449-604-5].
- TEZUKA, Osamu. *Shin Takarajima*. Ôsaka: Ikuei Publishing, 1947. [De la edición española: TEZUKA, Osamu. *La Nueva Isla del Tesoro*. Barcelona: Glénat, 2008. ISBN: 978-84-8357-364-8].
- TEZUKA, Osamu. *Tetsuwan Atom*. Tokyo: Kobunsha (Shônen Magazine), 1951. [De la edición española: TEZUKA, Osamu. *Astroboy*. Barcelona: Glénat, 2003. ISBN: 978-84-8357-342-6].
- TEZUKA, Osamu. *The Paper Fortress* [La fortaleza de papel]. Tokyo: [s.n.], 1974.
- TEZUKA, Osamu. *Trumi to Basu*. [s.l.]: Tokodo, 1953. [De la edición española: TEZUKA, Osamu. *Crimen y castigo*. Madrid: Otakuland, 2004. ISBN: 978-84-96172-63-0].
- TORII, Kazuyoshi. *Toiretto Hakase* [Profesor retrete]. Tokyo: Shueisha (Shônen Jump), 1970.
- TORIYAMA, Akira. *Dr. Slump*. Tokyo: Shueisha (Shônen Jump), 1980. [De la edición española: TORIYAMA, Akira. *Dr. Slump* (Ultimate Edition). Barcelona: Planeta DeAgostini, 2009. ISBN: 978-84-674-8307-9].
- TORIYAMA, Akira. *Dragon Ball*. Tokyo: Shueisha (Shônen Jump), 1984. [De la edición española: TORIYAMA, Akira. *Dragon Ball* (Ultimate Edition). Barcelona: Planeta DeAgostini, 2006. ISBN: 978-84-674-2540-6].
- TSUGE, Yoshiharu. *Nejishiki* [Estilo rosca]. Tokyo: Garo, 1968.
- U-JIN. *Angel*. Tokyo: Shôgakukan (Weekly Young Sunday), 1988; Tokyo: Cybele Publishing, 1991.

UCHIDA, Shungiku.

URASAWA, Naoki. *20th Century Boys*. Tokyo: Shôgakukan (Big Comic Spirits), 2000. [De la edición española: URASAWA, Naoki. *20th Century Boys*. Barcelona: Planeta DeAgostini, 2007. ISBN: 843-2715017325].

URASAWA, Naoki. *Monster*. Tokyo: Shôgakukan (Big Comic Original), 1994. [De la edición española: URASAWA, Naoki. *Monster*. Barcelona: Planeta DeAgostini, 2009. ISBN: 978-84-674-7660-6].

URASAWA, Naoki. *Pluto*. Tokyo: Shôgakukan (Big Comic Original), 2003. [De la edición española: URASAWA, Naoki. *Pluto*. Barcelona: Planeta DeAgostini, 2006. ISBN: 978-846743088-5].

USUI, Yoshito. *Crayon Shin-chan*. Tokyo: Futabasha (Weekly Manga Action), 1990. [De la edición española: USUI, Yoshito. *Shin-chan*. Barcelona: Planeta DeAgostini, 2008. ISBN: 978-84-674-6555-6].

WATSUKI, Nobuhiro. *Rurouni Kenshin, Meiji Kenkaku Romantan* [Kenshin el vagabundo. Crónica Romántica de un espadachín de la Era Meiji]. Tokyo: Shueisha (Shônen Jump), 1994. [De la edición española: WATSUKI, Nobuhiro. *Rurouni Kenshin*. Barcelona: Glénat, 1999. ISBN: 978-84-8996-604-8].

YAMAGAMI, Tatsuhiko. *Gaki Deka*. Tokyo: Akita Shoten (Shônen Champion), 1974.

YAMAMOTO, Naoki. *Asatte Dance*. Tokyo: Shôgakukan (Weekly Big Comic Spirits), 1989. [De la edición estadounidense: YAMAMOTO, Naoki. *Dance till tomorrow*. San Francisco (California): Viz Media (Pulp), 1998. ISBN: 978-1569313213].

YANASE, Takashi. *Anpanman*. Tokyo: Shôgakukan, 1968.

YOKOYAMA, Mitsuteru. *Comet-san* [Señorita Cometa]. Tokyo: Shueisha (Ribon), 1967.

YOKOYAMA, Mitsuteru. *Mahôtsukai Sally* [Sally la Bruja]. Tokyo: Shueisha (Ribon), 1966.

YOKOYAMA, Mitsuteru. *Tetsujin 28-gô* [Hombre de Hierro nº28]. Tokyo: Kobunsha, 1956.

YOKOYAMA, Ryuichi. *Fuku-chan*. Tokyo: Asahi Shinbun, 1936.

YOSHIDA, Akimi. *Banana Fish*. Tokyo: Shôgakukan (Bessatsu Shôjo Comic), 1985.

YOSHIMIZU, Wataru. *Marmalade Boy*. Tokyo: Shueisha (Ribon), 1992. [De la edición española: OSHIMIZU, Wataru. *Marmalade Boy* (Ed. Especial). Barcelona: Planeta DeAgostini, 2007. ISBN: 978-84-6744-511-4].

YÛKI, Masami. *Kidô Keisatsu Patlabor* [Patrulla Móvil Patlabor]. Tokyo: Shôgakukan (Shônen Sunday), 1988.

YUTAKA, Asô. *Nonki na Tôsan* [Papá optimista]. Tokyo: Hôchi Shinbun, 1924.

## glosario

**Akahon** (o *akabon*): Lit. "libros rojos". Publicaciones originarias de la ciudad de Ôsaka y distribuidas por vendedores callejeros, que se distinguían por su peculiar impresión con tinta de color rojo.

**Anime**: Animación. En Japón se emplea genéricamente para designar a cualquier producción cinematográfica o televisiva realizada mediante técnicas animadas, independientemente del procedimiento empleado y del país de origen de la misma. En el extranjero se emplea como sinónimo de la animación japonesa en todos sus formatos, para cine, televisión u *OVA*.

**Aniparo**: Acrónimo de la voz inglesa *animation parody*. Designa al subconjunto de publicaciones amateur centradas en recrear, a menudo desde un punto de vista erótico, el universo de los manga y series anime más famosas y populares.

**Aragoto**: En el teatro *kabuki*, estilo rudo y exagerado de actuar, caracterizado por su singular entonación y dinamismo corporal.

**Asira-e**: Xilografías de formato alargado pensadas para colgar en postes.

**Asobime**: Mujer de juego y diversión. Desempeñaban papeles de 'animadoras', aunque en ocasiones también ejercían como prostitutas con los clientes.

**Bakufu**: A menudo se aplica de manera genérica para referirse al Bakufu Edo, también conocido como Shôgunato Tokugawa o Era Edo. Período de la historia de Japón correspondiente al Gobierno del clan Tokugawa, instaurado en el año 1603 por el Shôgun Ieyasu Tokugawa, y que finalizó con la Restauración de Meiji en el año 1867.

**Baren**: Utensilio tradicional utilizado para la estampación de xilografías, consistente en un disco, forrado con hoja de bambú, plano en uno de sus lados y con una empuñadura anudada en el reverso.

**Beni-e**: Xilografía en la que se incluyen adornos y detalles realizados con el color rojo-carmesí.

**Benizuri-e**: Xilografía realizada con dos colores.

**Bijin-ga**: Lit. "pinturas de mujeres hermosas". Estampas del período Edo que representan figuras femeninas, a menudo cortesanas y mujeres bellas de la época.

**Bishôjo**: Chica hermosa.

**Bishônen**: Chico guapo.

**Bokashi**: Término empleado para referirse al velado parcial de la imagen, mediante pixelizado, desenfocado o nublado, en las composiciones e historias eróticas.

**Bunraku**: Teatro tradicional de marionetas.

**Burusera**: Parafilia consistente en la atracción por las prendas de ropa interior femenina. El término *burusera* es un acrónimo fruto de la unión de dos vocablos. *Buru* es el apócope del término *buruma*, que resulta a su vez de la transcripción fonética al idioma japonés de la voz inglesa *bloomer*, y que designa a los pequeños pantalones gimnásticos que las estudiantes japonesas suelen utilizar para las actividades deportivas. En un sentido más amplio denota braga o culote. *Sera* es un apócope de

la voz japonesa *serafuku*, que alude a los *sailor-suits*, locución inglesa empleada para referirse a los característicos trajes de marinera que visten como uniforme escolar las colegialas en Japón.

Bushido: literalmente significa “la vía del guerrero” y se refiere, comúnmente, al Código del Samurái. La palabra *bushi* sirve para referirse a los guerreros, mientras que *do* indica disciplina, camino o senda.

Chôjûgiga: Acrónimo de la expresión *chôjû jinbutsu giga*. Nombre por el que se conoce el “Rollo ilustrado de la aves y los animales”, realizado por el sacerdote Toba Sôjô a comienzos del siglo XII.

Comiket: Acrónimo de la voz inglesa *Comic Market*. Es la mayor convención de fanzine del mundo, organizada en Tokyo dos veces al año, en los meses de Agosto y Diciembre.

Cosplay: Acrónimo de la voz inglesa *costume play*. Tendencia a caracterizarse y actuar por diversión como los protagonistas de diferentes manga, anime, series de televisión, películas, video-juegos o grupos de música.

Cosplayer: Persona que practica *cosplay*.

Daimyô: Señores feudales en el antiguo Japón.

Dôjinshi: Fanzine japonés. En un marco más amplio, esta definición aglutina al conjunto de publicaciones auto-editadas en lengua japonesa, desarrolladas por una o varias personas, y donde la finalidad principal no es comercial, sino la de difundir y dar a conocer su propio trabajo. Etimológicamente, el vocablo está compuesto por tres ideogramas *kanji* (同人誌); Los dos primeros ideogramas (*dôjin*) podrían traducirse como “colectivo de personas con unos intereses u objetivos comunes”. El último ideograma (*shi*) es el mismo que el empleado en el término *zasshi* (revista), y denota “publicación” o “edición impresa”. Literalmente, la voz *dôjinshi* resultante de la contracción de ambos términos, podría traducirse como “publicaciones realizadas por un colectivo con intereses comunes”.

Ecchi: En Japón designa un tipo de manga erótico o porno-manga; en occidente se utiliza en alusión a las publicaciones juveniles como sinónimo de picante o provocativo. En este contexto, el término *ecchi* (o *etchi*) se emplea para aludir a la figuración erótica que aparece en algunos mangas juveniles masculinos que, aun sin contenidos abiertamente sexuales, juegan con las insinuaciones y una ligera desnudez. Originalmente, la expresión japonesa *ecchi* resulta de la transcripción fonética de la letra H, y alude a los conceptos de erotismo y pornografía. Su origen vendría motivado por un uso eufemístico del termino *hentai*, o en alusión al vocablo inglés “Hot”.

E-maki (o *emakimono*): Rollos ilustrados. Pliego de papel de gran formato, enrollado en sus extremos en dos palos, que permiten ir desplegando, de derecha a izquierda y por sectores, las sucesivas secuencias que se narran en las imágenes.

E-manga: manga específicamente diseñado para plataformas de telefonía móvil.

Ero-gekiga: *gekiga* de contenido erótico.

Ero-manga: cómic pornográfico. En algunos contextos se emplea como sinónimo de porno-manga o *hentai*.

Fan-art: Ilustraciones y dibujos realizados por los aficionados e inspirados en diferentes series.

Fandom: Voz popular empleada para designar a un colectivo de aficionados con un interés común. Es un acrónimo resultante de la unión de los vocablos ingleses *fan* y *kingdom*.

Fandub: Acrónimo de la voz inglesa *fan-dubbing*. Son versiones dobladas, en los diferentes idiomas locales, de películas o series sin la autorización de los propietarios originales de los derechos, realizadas por aficionados y dirigidas igualmente a otros aficionados, bajo la premisa de no buscar la obtención de beneficios con su distribución.

Fan-fic: Abreviatura de la voz inglesa *fan-fiction*. A menudo se emplea para definir los relatos de ficción, realizados por los aficionados a una determinada obra (novela, serie o película), en los que se desarrollan situaciones y arcos narrativos no reflejados en la historia original, aun cuando aluden a personajes, lugares o situaciones descritos en esta.

Fanslation: Acrónimo de la expresión *fan translation*. Son ediciones de diferentes manga traducidos por un colectivo de aficionados a sus respectivos idiomas, sin la autorización de los propietarios originales de los derechos, dirigidas igualmente a otros aficionados, bajo la premisa de no buscar la obtención de beneficios con su distribución.

Fansub: Acrónimo de la voz inglesa *fan subtitled*. Son ediciones subtituladas de películas o series sin la autorización de los propietarios originales de los derechos, realizadas por aficionados y dirigidas igualmente a otros aficionados, bajo la premisa de no buscar la obtención de beneficios con su distribución.

Gag-manga: Manga de corte humorístico.

Gashapon (o *gachapon*): Pequeñas cápsulas en cuyo interior se incluyen figuras de plástico o pvc de los personajes de las series de anime y manga más célebres, y que se venden en máquinas expendedoras por un precio módico. La palabra *gashapon* resulta de la transcripción de una

onomatopeya japonesa, y alude al ruido que hace la máquina expendedora al girar (*gasha*) y la bola al caer (*pon*).

Gekiga: Lit. "imágenes dramáticas". Manga narrativos de temática realista y adulta.

Haiku: Composición poética de 17 sílabas.

Hanbon: Libros del período Edo impresos con texto e ilustraciones.

586 Hanga: Xilografía.

Hentai: Voz japonesa empleada en occidente para referirse al conjunto de publicaciones de manga y anime erótico y pornográfico. La palabra está compuesta por los ideogramas *kanji* "hen" (変), que significa extraño y "tai" (態) que manifiesta estado o aspecto, y denota transformación o metamorfosis y en un sentido más amplio anomalía o perversión. Aplicado a una persona y con carácter peyorativo, significa pervertido, maniaco sexual o depravado.

Hikikomori: Individuo, a menudo joven e inadaptado, que vive socialmente aislado en una habitación de su casa, comunicándose con el mundo exterior exclusivamente a través de ordenadores y teléfonos móviles.

Hiragana: Uno de los dos sistemas silábicos empleados en el idioma japonés.

Honne: Faceta privada y personal de una persona; su yo interior.

Ichimai-e: Xilografías impresas en hojas sueltas y destinadas a la venta.

Ikebana: Arreglo floral japonés.

Jidaimono: Lit. "relato de época". Término usado para denominar al conjunto de publicaciones manga de temática histórica, inspiradas en el imaginario de samuráis y ninjas del Japón medieval. Originalmente, era una voz empleada en el teatro kabuki para designar a las obras de época.

Jôhō-manga: manga de temática seria o informativa, consistente en la exposición y desarrollo de un acontecimiento no ficticio presentado como un manga narrativo.

Josei: Término que denota "mujer", sin otra connotación relativa a temáticas o enfoques en sus historias. También conocido como *redikomi*, hace referencia al manga destinado a un público femenino maduro.

June (o june-mono): Palabra con la que se aludía a mediados de la década de 1980 a las historias *yaoi*, en alusión a la publicación del mismo nombre.

Kachō-e: En el período Edo, imágenes de naturaleza y animales.

Kaitei-manga: Manga ambientado en un entorno cotidiano, familiar y costumbrista.

Kamishibai: Teatros callejeros, populares en la posguerra japonesa, consistentes en un grupo de ilustraciones que el narrador presenta al público a medida que se sucede la historia.

Kana: Uno de los dos sistemas de escritura del idioma japonés, que comprende a su vez dos sistemas silábicos distintos llamados *hiragana* y *katakana*.

Kanji: Uno de los dos sistemas de escritura del idioma japonés, compuesto por ideogramas procedentes del chino.

Kantō: Señales de ajuste empleadas en la estampación de policromoxilografías, consistentes en unas marcas que delimitaban la ubicación de las esquinas del papel para la correcta colocación del mismo.

Kanzenban: Formato de tomo empleado en la edición de manga. El formato *kanzenban*, pensado para un público bibliófilo y coleccionista, es de mayor tamaño (15 x 21 cm) y posee mejores acabados que la edición sencilla o tankōbon.

Kashibon: Bibliotecas ambulantes dedicadas al alquiler de tomos de manga, populares en la posguerra y extintas en la década de 1960.

Katakana: Uno de los dos sistemas silábicos empleados en el idioma japonés.

Kawaii: Voz japonesa, de difícil traducción, que puede interpretarse en castellano como "mono" o "entrañable"; asimismo, y en menor medida, connota: inocente, lindo, adorable, infantil, tierno, frágil, inexperto o vulnerable.

Kibyōshi: Libros de tapas amarillas, con ilustraciones de carácter narrativo, comercializados en el período Edo.

Kodomo-manga: Manga dirigido a niños pequeños.

Konjō-manga: La voz japonesa *konjō* significa "redaños" y denota, en un sentido más amplio, fuerza, brío y valor. El *konjō-manga* es un subgénero centrado en los valores de la amistad y el esfuerzo, así como en la exaltación de la superación personal para la consecución de los objetivos marcados.

Lady's Comic: Manga para mujeres adultas, a menudo con contenidos sexuales.

Lolicon (*lolikon*): Acrónimo japonés procedente de la locución anglosajona *Lolita Complex* ("Complejo de Lolita"). En Japón sirve para definir el sentimiento de atracción de un hombre adulto hacia muchachas jóvenes o de aspecto aniñado, así como al propio individuo que lo experimenta. Asimismo, se emplea para referirse al subgénero de manga y anime donde las protagonistas, que responden a ese estereotipo infantil, se ven envueltas en situaciones eróticas o con contextos sexuales.

Magical Girl: Subgénero propio del *shôjo-manga* en el que una o varias chicas jóvenes, combinando situaciones románticas y humorísticas con una trama fantástica, deben enfrentarse a las fuerzas del mal.

Maid-café: Locales temáticos donde las camareras se visten como criadas de época y actúan teatralmente tratando a los clientes como "amos" a los que deben servir.

Maiko: Aprendiz de geisha.

Manga: Cómic japonés.

Mangaka: Autor de manga.

Mangakissa: Cafeterías donde, por el importe de la consumición, se puede acceder a una amplia colección de publicaciones manga.

Manganime: Acrónimo de los términos manga y *anime*.

Mangashi: Revista periódica japonesa de manga.

Mecha: Apócope de la palabra inglesa *mechanical*. En las historias de manga y anime alude a todas aquellas obras en las que aparecen robots gigantes o vehículos bípedos pilotados por un ser humano.

Mikado: Término arcaico empleado para referirse al Emperador.

Moe: Placer o gusto que experimenta el otaku en presencia del objeto de su devoción.

Momoyama: En Historia del Arte japonesa, período de transición de los siglos XV y XVI, caracterizado por su profusa ornamentación.

Musha-e: Xilografías que emplean luchadores de Sumo y guerreros en sus composiciones.

Nanban: Biombos con ilustraciones polícromas que representan escenas históricas.

Nihonga: Estilo tradicional de pintura japonesa.

Nikuhitsu-ga: Técnica pictórica sobre seda.

Nishiki-e (pinturas de brocado): Policromoxilografía.

Nô (Noh): Teatro clásico japonés.

Oni: Demonios y ogros de la mitología japonesa.

Otaku: Lit. "tú" y "tu casa". En occidente, nombre con el que se denomina a los aficionados al manga, anime y cultura japonesa.

Ôtsu-e: Amuletos budistas.

OVA: Sigla correspondiente a la voz inglesa *original video animation*. Sirve para designar a aquellas producciones de *anime* que están destinadas a su comercialización directa en el mercado doméstico.

Sarariman-manga: Manga para adultos de temática laboral o burocrática.

Scanlation: Acrónimo de la expresión *scan translation*. Son ediciones de diferentes manga traducidos por un colectivo de aficionados a sus respectivos idiomas, sin la autorización de los propietarios originales de los derechos, dirigidas igualmente a otros aficionados, bajo la premisa de no buscar la obtención de beneficios con su distribución.

SD: Sigla de la expresión inglesa *Super Deformed*, empleada para describir un tipo de dibujo que se caracteriza por el retrato caricaturesco de los personajes protagonistas, con grandes cabezas y cuerpos diminutos.

Seinen-manga: Manga para varones adultos.

Shôgun: Gobernante militar.

Shôjo: Lit. "mujer joven" o "muchacha". Manga dirigido a chicas jóvenes y adolescentes.

Shônén: Lit. "de corta edad" o "de pocos años". Manga dirigido a varones jóvenes y adolescentes.

Shônén-ai: En occidente, término con el que se alude al manga de temática homosexual que presenta un romance entre dos varones, centrándose en la relación sentimental y sin incluir pasajes de sexo explícito.

Shôtacon: Acrónimo de la voz japonesa *Shôtarô complex*, en alusión al personaje infantil del manga "Tetsujin 28-gô", llamado Shotaro Kaneda. Subgénero de manga que se centra en las relaciones entre un adulto y un niño o entre dos niños.

Shunga: Lit. "pintura de primavera". Voz japonesa empleada en el período Edo para denominar a las composiciones pictóricas de carácter erótico o abiertamente sexual.

Siyohin: Manga paródico, del subgénero *yaoi*, en el que aparecen personajes de otras series de manga y anime.

Spokon: Acrónimo resultante de la contracción de los vocablos sport y *konjô*. Historias de temática deportiva conducidas bajo las premisas que caracterizan el *konjô*-manga.

Sugoroku: Primitivos juegos de la oca, llegados desde China en el siglo VII.

Sumizuri-e: Grabado monocromo realizado en color negro.

Superflat: Movimiento artístico posmoderno acuñado por el artista japonés Takashi Murakami.

Surimono: Tarjetas de felicitación comercializadas en el Período Edo.

Tachi-e: Lit. "pinturas de pie". Representaciones callejeras realizadas con pequeñas figuras sujetas por un palo situado en uno de sus extremos.

Tankôbon: Formato de tomo empleado para las recopilaciones de manga.

Tatemaie: En el carácter japonés, designa la faceta pública de una persona, el "yo social".

Tentacle-porn: narraciones de terror, de manga y anime pornográfico, donde diferentes monstruos o engendros robóticos tentaculares violan a una joven mujer.

Toba-e: Lit. "imágenes de Toba". Recopilaciones de estampas a modo de pequeños libros ilustrados, realizadas en honor del sacerdote creador de los *chôjûgiga*.

Uchiwa: Abanico japonés.

Uki-e: En el período Edo, imágenes que empleaban la perspectiva cónica llegada desde occidente.

Ukiyo-e: Lit. "pinturas del mundo flotante". Estilo artístico japonés de los siglos XVII a XIX, conocido sobre todo por las xilografías *hanga*, y caracterizado por su gran popularidad y por abordar temas sencillos y cotidianos.

Utsushi-e: Teatro de sombras consistente en una lámpara de aceite colocada en el interior de una pequeña caja de madera, que genera imágenes y figuras sobre una hoja de papel.

Yakusha-e: Representaciones del teatro *kabuki* y, en especial, de sus actores más famosos.

Yamato-e: Escuela de pintura histórica.

Yaoi: Acrónimo resultante del juego de palabras: *yama nashi, ochi nashi, imi nashi*, que significa "sin argumento, sin desenlace, sin sentido". Subgénero de manga erótico centrado en las relaciones homosexuales entre dos varones, destinado a un público femenino joven y adulto, y en el que pueden presentarse escenas de sexo explícito.

Yokai: Vocablo que alude en su conjunto al mundo sobrenatural y las criaturas demoníacas.

Yon-koma-manga (o koma-manga): Manga humorístico.

Yuri: Subgénero de manga erótico que se caracteriza por presentar una relación amorosa entre dos mujeres, ya sea desde una órbita exclusivamente sentimental y emocional, o incluyendo pasajes sexuales y aspectos físicos del idilio.

Yuru-chara: Personajes corporativos de aspecto adorable o *kawaii* utilizados por empresas, instituciones y organismos en Japón.

Zenga: Lit. "imagen zen". Estampas monocromas empleadas en la meditación, que a menudo recurrían a motivos cómicos y caricaturescos.



## relación cronológica

- S.VI - Llegada a Japón de la técnica de la xilografía, por medio de misioneros chinos y coreanos.
- S.VII - Caricaturas pintadas en el templo Hôryûji.
- 764 - La Emperatriz Shôtoku ordena la construcción de Hyakumantô Dhârani: un millón de pagodas con mantras búdicos reproducidos mediante xilografía. Primer ejemplo de xilografía japonesa que se conserva.
- S.XI - Rollos ilustrados de las aves y los animales Chôjûgiga, del sacerdote Toba Sôjô.
- 1439 - Gutenberg desarrolla la imprenta de caracteres móviles en Europa.
- S.XV - Inicio del Período Momoyama, de gran esplendor artístico en Japón.
- 1603 - El Shôgun Ieyasu Tokugawa traslada el cuartel general desde Kyoto hasta Edo. Inicio de la Era Edo, también conocida como era Tokugawa.  
La sacerdotisa Okuni del templo de Izumo constituye los cimientos del teatro kabuki.
- 1618 - Se funda la ciudadela del placer de Yoshiwara, en las afueras de Edo.  
Nace Hishikawa Moronobu, el primer gran artista del Ukiyo-e.
- 1635 - Se promulga la normativa conocida como Sankin Kôtai, por orden directa del Shôgun Iemitsu Tokugawa.
- 1650 - Primera copia impresa que se conserva de Ise Monogatari.
- 1657 - Un gran incendio destruye la ciudad de Edo el 18 de enero.
- 1660 - Moronobu convence a los editores para vender láminas sueltas.
- 1664 - Nace Torii Kiyonobu, fundador de la escuela Torii de pintura y xilografía.
- 1750 - Nace Juzaburo Tsutaya, uno de los editores más importantes de la historia del Ukiyo-e.
- 1753 - Nace Kitagawa Utamaro, gran maestro del género bijin-ga.
- 1760 - Nace Katsushita Hokusai.
- 1764 - Aparición de las "estampas de brocado", las primeras policromoxilografías.
- 1779 - Hokusai publica sus primeros trabajos bajo el seudónimo de Shunrô.
- 1794 - Sharaku realiza sus grabados de actores de kabuki.
- 1797 - Fallece Juzaburo Tsutaya.  
Nace Utagawa Hiroshige, el gran pintor de paisajes.  
Katsushita Hokusai adopta ese seudónimo, por el que hoy se le conoce.
- 1814 - Hokusai publica el primer volumen de su "Manga".
- 1831 - Hokusai publica la serie titulada "36 vistas del monte Fuji".
- 1849 - Fallece Katsushita Hokusai.
- 1854 - Incidente de los Barcos Negros. La flota del Comodoro Matthew Perry fuerza la ruptura del aislamiento económico de Japón.
- 1858 - Fallece Hiroshige, último gran maestro del Ukiyo-e.
- 1861 - Nace el Nagasaki Shipping List and Advisor, el primer periódico japonés.
- 1862 - El caricaturista y dibujante inglés Charles Wiegman funda la revista satírica Japan Punch.
- 1868 - Fin del Bakufu. Inicio de la Restauración de Meiji.  
La ciudad de Edo cambia de nombre y adopta la actual denominación: Tokyo.
- 1870 - Es fundado el Yokohama Mainichi Shinbun.

- 1870 - Nace Rakuten Kitazawa, padre del manga moderno.
- 1886 - Nace el dibujante Ippei Okamoto.
- 1887 - George Bigot publica el semanario Toba-e.
- 1901 - Kitazawa publica la primera serie de historietas con personajes hijos: Tagosaku to Mokubê no Tôkyô Kenbutsu ("El viaje a Tokio de Tagosaku y Mokubê").
- 1905 - Kitazawa funda la revista Tôkyô Puck.
- 1909 - Nace la editorial Kodansha, fundada por el empresario Seiji Noma.
- 1912 - Kitazawa lanza las revistas Rakuten Puck y Katei Puck.
- 1914 - Kitazawa crea la revista infantil Kodomo no Tomo.  
La editorial Kodansha funda la decana de todas las publicaciones infantiles y juveniles, la Shônen Club.
- 1921 - Okamoto publica Hito no Isshō ("Vida de un hombre"), en el Asahi Shinbun.
- 1922 - La editorial Shōgakukan es fundada.
- 1923 - La editorial Kodansha lanza la revista Shōjo Club.  
Se publica Shō-chan no Bōken ("Las aventuras de Shō-chan"), de Katsuisshi Kabashima, en el diario Asahi Graph.
- 1924 - Se publica Nonki na Tôsan ("Papá optimista") de Asō Yutaka, en el periódico Hōchi Shinbun.
- 1925 - Nace la editorial Shueisha.
- 1926 - Kodansha publica la revista Yōnen Club para niños pequeños.
- 1928 - Nace Osamu Tezuka en la ciudad de Toyonaka, sita en la prefectura de Ôsaka.
- 1930 - Surge la primera historia de kamishibai, con el título de "Moho no goten" (Palacio Mágico) escrita por Goto Tokizo e ilustrada por Takeo Nagamatsu.  
Nace Ogon Bat, el personaje más célebre del kamishibai.
- 1931 - Se publica Norakurō de Tagawa Suiho en la Shōnen Club.
- 1933 - Aparece Bōken Dankichi ("Dankichi el aventurero"), de Keizo Shimada.
- 1934 - Se inician las aventuras de Tanku Tankuro, de Gajō Sakamoto, en la revista Yōnen Club.
- 1936 - Se publica por primera vez Fuku-chan, creado por Ryuichi Yokoyama.
- 1940 - Aparecen los primeros "Libros rojos" akabon.
- 1942 - Rakuten Kitazawa es nombrado Primer Presidente de la Asociación de Mangas de Japón (Nihon Manga Hōkōkai).
- 1944 - En el mes de diciembre da comienzo la Guerra del Pacífico que enfrenta a Japón con los Estados Unidos.
- 1945 - Finaliza la II Guerra Mundial tras el lanzamiento de las bombas de Hiroshima y Nagasaki por parte del ejército estadounidense.
- 1946 - La mangaka Machiko Hasegawa publica las primeras tiras de Sazae-san, editadas originalmente en el diario Yūkan Fukunichi.  
Osamu Tezuka publica Māchan no Nikkichō (El diario de Mā-chan) en el periódico Ôsaka Mainichi Shokokumin Shinbun.  
Shōsuke Kurogane inaugura el género shōjo con una obra titulada Anmitsu Hime.
- 1947 - Tezuka publica Shin Takarajima ("La Nueva Isla del Tesoro").  
Nace Manga Shōnen, la primera publicación mensual compuesta íntegramente por manga.  
Se aprueba la "Constitución de la Paz" japonesa.
- 1949 - Tezuka publica Metrópolis.
- 1950 - Tezuka publica Jungle Taitei (Kimba, el León Blanco).
- 1951 - Nace Tetsuwan Atom (Astroboy).
- 1952 - Final de la ocupación estadounidense en Japón.  
El artista Tarō Okamoto publica el tratado "Cerámica Jōmon: conversación con al cuarta dimensión".  
Nace el artista y mangaka Yoshitaka Amano.
- 1953 - Aparición de la televisión en Japón. Comienza la emisión televisiva de la NHK.  
Tezuka publica Ribon no Kishi (La Princesa Caballero) y Trumi to Basu (Crimen y Castigo).
- 1954 - Osamu Tezuka publica Hi no Tori (Fenix).
- 1955 - Se fundan las primeras revistas de shōjo manga: Nakayoshi y Ribon, publicadas por las editoriales Kodansha y Shueisha respectivamente.
- 1956 - Se inicia la publicación de Tetsujin 28-gō, de Mitsuteri Yokoyama.
- 1957 - Yoshihiro Tatsumi publica Yūrei Takushi (El taxi fantasma) y acuña el término gekiga.
- 1959 - Nacen las revistas Shōnen Magazine de la editorial Kodansha y Shōnen Sunday de Shōgakukan.  
Se inicia la publicación de Ninja Bugeicho, de Sanpei Shirato.
- 1961 - Tezuka funda su empresa de animación, la Mushi Production.
- 1962 - Nace Takashi Murakami.
- 1963 - Se emite por primera vez en televisión Astroboy, creado por Osamu Tezuka en su Estudio de Animación.  
Se pone a la venta la revista Shōnen King y dos publicaciones de shōjo manga, Margaret de la editorial Shueisha, y Shōjo Friend, de Kodansha.
- 1964 - Olimpiadas de Tokyo.

- Nace Garo, fundada por Katsuichi Nagai. Sanpei Shirato publica Kamui Den (La leyenda de Kamui) en esta revista.
- 1965 - El estudio de anime de Tezuka adapta Jungle Taitei, considerado el primer anime en color.
- 1967 - Tezuka funda COM.  
Nacen las revistas Manga Action y Young Comic.  
Nace Lupin III, el célebre personaje de Monkey Punch.  
Fujio Akatsuka publica Tensai Bakabon en la Weekly Shōnen Magazine.
- 1968 - Shueisha crea la Shōnen Jump, el semanario de manga más popular y de mayor tirada de la historia. En sus páginas se publica Harenchi Gakuen ("Escuela sin vergüenza") de Gō Nagai.  
Yoshiharu Tsuge publica Nejishiki (Estilo Rosca) en la revista Garo.  
Se funda la revista Big Comic, de la editorial Shōgakukan.  
Se publica Ashita no Joe, de Tetsuya Chiba, en la Shōnen Magazine.  
Nace Anpanman, el tierno personaje de Takashi Yanase.
- 1969 - Nace Golgo 13, del mangaka Takao Saito.
- 1970 - Se publica el primer capítulo de Doraemon, del dúo Fujio Fujiko.  
Kazuo Koike y Goseki Kojima publican "Kozure Ōkami" (El Lobo solitario y su cachorro).
- 1971 - Ryoko Yamagishi publica el manga Shiroya no futari (La pareja de la habitación blanca), considerado la primera obra genuinamente yuri.
- 1972 - Tezuka inicia la publicación de Buhdda.  
Riyoko Ikeda publica Versailles no Bara (La Rosa de Versailles) en la revista de shōjo manga Margaret.  
Go Nagai inicia la publicación de Mazinger Z y de Devilman.  
Tatsunoko Production produce Kagaku Ninjatai Gatchaman (Comando G).
- 1973 - Tezuka dibuja las primeras historias de Black Jack.  
Keiji Nakazawa publica Hadashi no Gen (Barefoot Gen).
- 1974 - La multinacional japonesa Sanrio crea la franquicia Hello Kitty.
- 1975 - Primera edición del Comiket.  
Igarashi Yumiko crea Candy Candy.  
Se emite Heidi, producida por Zuiyo Enterprises, en España.
- 1976 - Comienza la publicación en el semanario Shōnen Jump de Kochira Katsushika-ku Kameari Kōen-mae Hashutsujo ("Aquí la comisaría de policía frente al parque de Kameari, en el distrito de Katsushika"), conocida con el acrónimo Kochikame, del mangaka Osamu Akimoto.
- 1977 - Se estrena Gatchaman (Battle of the Planets) en la televisión estadounidense.  
Estreno cinematográfico de Star Wars, del director George Lucas.
- 1978 - Nace June, la revista emblemática de las publicaciones yaoi.  
Rumiko Takahashi crea Urusei Yatsura (Lamu).
- 1979 - Nace la Young Jump.  
Inicio de la saga de temática mecha Gundam, de Yoshiyuki Tomino.
- 1980 - Se funda la publicación Be Love, de la editorial Kodansha.
- 1981 - Yōichi Takahashi publica el primer número de Captain Tsubasa (Campeones).  
Se inicia la publicación de Touch (Bateadores), obra del dibujante Mitsuru Adachi.  
Primera edición del Salón del Cómic de Barcelona.
- 1982 - Katsuhiro Ōtomo publica Akira.  
Hayao Miyazaki inicia la serialización de su epopeya Kaze no Tani no Naushika (Nausicaä del Valle del Viento).
- 1983 - Osamu Tezuka publica Adurufu ni Tsugu (Adolf).  
Frederic L. Schodt publica "Manga! Manga! The World of Japanese Comics".  
Yoshitaka Amano realiza los diseños para Vampire Hunter D, personaje de Hideyuki Kikuchi.  
Akio Nakamori escribe sus influyentes artículos en la publicación Manga Burikko titulados "Otaku no Kenkyu" (Estudios sobre los otaku).
- 1984 - Akira Toriyama publica el primer capítulo de Dragon Ball en la revista Weekly Shōnen Jump.  
Hayao Miyazaki estrena la película de anime de Kaze no Tani no Naushika (Nausicaä del Valle del Viento).
- 1985 - Se funda el Studio Ghibli de animación.
- 1986 - Éxito de Nihon Keizai no Nyūmon ("Japan, Inc. Introducción a la economía japonesa"), de Shōtarō Ishimori.  
La Toei Animation lanza el anime de Dragon Ball, basado en el manga homónimo de Akira Toriyama.  
Toshio Maeda publica Urotsukidōji, manga del subgénero "Tentacle Porn".
- 1987 - Primera edición en Estados Unidos del manga Kozure Ōkami, de Kazuo Koike y Goseki Kojima, bajo el título "Lone Wolf and Cub" (El Lobo Solitario y su cachorro).
- 1988 - Se estrena la película de anime Akira, adaptando el manga homónimo de Katsuhiro Ōtomo.  
Tsutomu Miyazaki, conocido como "El Monstruo de Saitama" y "El asesino otaku" secuestra y asesina a cuatro niñas pequeñas.
- 1989 - Fallece Osamu Tezuka, conocido como el "dios del manga".

- Tatsuo Miyajima y Yasumasa Morimura participan en la exposición titulada *Against Nature: Japanese Art in the Eighties*, que recorre Estados Unidos a lo largo de ese año.
- 1990 - Se estrena en España *Dragon Ball*, el anime basado en el manga de Toriyama.  
Se comercializa en España el manga *Akira*, de Katsuhiro Ôtomo.  
Se inicia en Japón la publicación de *Slam Dunk*, de Takehiko Inoue.
- 1992 - Naoko Takeuchi publica *Sailor Moon*.
- 1995 - En enero de ese año, la revista *Shônen Jump* alcanza unas ventas de 6,53 millones de ejemplares.  
Se estrena la película *Ghost in the Shell*, del director Mamoru Oshii, basada en la obra de Masamune Shirow.  
Primera edición del Salón del Manga de Barcelona.
- 1996 - Sale al mercado el primer juego de *Pokemon: Pocket Monsters*, en dos versiones Aka (rojo) y Midori (verde).
- 1997 - Se inicia la publicación de *One Piece*, de Eiichiro Oda en el semanario *Shônen Jump*.
- 1998 - En mayo la TMS (Tokyo Movie Shinsha), junto con la Toei Animation, Sunrise y NAS (Nihon Ad Systems, Inc.), capitaneados por la multinacional Sony Pictures Television International, lanzan en Japón el canal Animax.
- 1999 - Se inicia la publicación de *Naruto*, de Masashi Kishimoto, en la revista *Shônen Jump*.  
Takashi Murakami acuña la teoría Superflat.
- 2000 - Yoshitaka Amano ilustra la galardonada historia de Neil Gaiman titulada *The Sandman: The Dream Hunters*.
- 2001 - Se publica el primer capítulo de *Bleach*, del mangaka Tite Kubo, en la *Weekly Shônen Jump*.  
El artista Takashi Murakami comisaría la muestra Superflat, la primera de su trilogía de exposiciones sobre ese movimiento artístico. Funda la empresa Kaikai Kiki Co., Ltd.
- 2002 - *Sen to Chihiro no Kamikakushi* (el viaje de Chihiro), del director Hayao Miyazaki, gana el Oscar a la mejor película de animación.  
Murakami comisaría la exposición *Coloriage*, perteneciente a su trilogía sobre el movimiento Superflat.
- 2005 - Takashi Murakami presenta la última muestra de su trilogía de exposiciones sobre el movimiento Superflat, titulada *Little Boy*.  
Despega el fenómeno literario de *Densha Otoko* (El hombre del tren).
- 2006 - Nace la primera Facultad de Manga, adscrita a la Universidad Seika de Kyoto.  
Se inaugura el *Kyoto International Manga Museum* (Museo Internacional del Manga de Kyoto).
- 2007 - El Gobierno nipón pone en marcha el Premio Internacional de Manga.
- 2008 - Por primera vez en once años, la *Weekly Shônen Jump* aumenta sus ventas tras años de grandes caídas y remonta hasta los 2,78 millones de ejemplares vendidos.

#### PERÍODOS HISTÓRICOS EN JAPÓN:

Jômon (8000 aC - 300 aC)	Momoyama (1568 - 1615)
Yayoi (300 aC - 300 dC)	Edo (1615 - 1868)
Kofun (300 - 552)	Meiji (1868 - 1912)
Asuka (552 - 645)	Taishô (1912 - 1926)
Hakuhô (645 - 710)	Shôwa (1926 - 1989)
Nara (710 - 794)	Heisei (1989 - ?)
Heian (794 - 1185)	
Kamakura (1185 - 1333)	
Muromachi (1333 - 1568)	

## copyright

## PRÓLOGO

© CLAMP.

## HISTORIA

1\_ © Templo Hôryûji, 2-3\_ © Templo Kôzanji / Museo Nacional de Kyoto, 4\_ © Spencer Museum of Art, 5\_ © IE Kumon, 6\_ © Templo Chôgostonshiji, 7-8\_ © José Andrés Santiago, 11\_ © Machida Metropolitan Museum, 12\_ © Waseda Daigaku, 13-14\_ © Museo Internacional de Arte Gráfico de la Ciudad de Machida, 39\_ © Kawanabe Kyôsai Museum., 47\_ © King Features Syndicate., 48\_ © Richard F. Outcault., 49\_ © Katsuishi Kabashima, 50\_ © Asô Yutaka, 51\_ © Shigeo Miyao, 52\_ © Rakuten Kitazawa, 53\_ © Suihō Tagawa, 54\_ © Sakamoto Gajō, 65\_ © Keizō Shimada, 56\_ © Ryūichi Yokoyama / Kochi City Foundation for Cultural Activity., 57\_ © Yoshito Usui / Futabasha, 60\_ © José Andrés Santiago, 70\_ © Machiko Hasegawa / Asahi Shinbun, 71\_ © Tezuka Productions, 72-94\_ © Osamu Tezuka / Tezuka Productions, 95\_ © Kodansha, 96\_ © Shueisha, 97\_ © Yoshihiro Tatsumi., 98\_ © Kodansha / Shôgakukan, 99\_ © Sanpei Shirato / Seirindo, 100-101\_ © Osamu Tezuka / Tezuka Productions, 102\_ © Seirindo, 103\_ © Shigeru Mizuki / Kodansha, 104\_ © Yoshiharu Tsuge / Seirindo, 105\_ © Sanpei Shirato, 106\_ © Sheriagari Kotobuki / Seirinkogeisha, 107\_ © Shôgakukan, 108\_ © Shueisha, 109\_ © Gô Nagai / Shueisha, 110\_ © Sun Shuppan, 111\_ © Kodansha, 112\_ © Shotaro Ishinomori / Nihon Keizai Shinbun, 113\_ © Akira Toriyama / Shueisha, 114\_ © Takehiko Inoue / Shueisha, 115\_ © Masashi Kishimoto / Shueisha, 117\_ © Apple Inc // © Kentaro Miura / Hakusensha, 118\_ © Dejima

## DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS

2\_ © Ōba-Ōbata / Shueisha., 3-4\_ Fotografía: © José Andrés Santiago, 5\_ Fotografía: © José Andrés Santiago // © Rumiko Takahashi / Shôgakukan, 6\_ © Tite Kubo / Nobuhiro Watsuki / Shueisha., 7\_ © Tite Kubo / Shueisha., 8\_ © H. Miyazaki / Tokuma Shôten., 9\_ © Masami Kurumada / Akita Shôten., 11-

12\_ Fotografía: © José Andrés Santiago, 15\_ © CLAMP / Kodansha, 16\_ © Katsuishi Kabashima, 17\_ © Osamu Tezuka / Tezuka Productions, 19\_ © Masashi Kishimoto / Shueisha,

20-21\_ © Tite Kubo / Shueisha., 22\_ © Akira Toriyama, / Katsuhiko Ôtomo, 23\_ © Osamu Tezuka / Tezuka Productions, 24\_ © Nakahara Junichi., 26\_ © Wataru Yoshimizu / Shueisha., 27\_ © Izumi Matsumoto / Shueisha., 28\_ © Eiichirô Oda // Akira Toriyama, // Nobuhiro Watsuki., 29\_ © Fujiko F. Fujio / Shôgakukan, 30\_ © Yôichi Takahashi / Shueisha., 31-32\_ © Masashi Kishimoto / Shueisha, 33\_ © Kazuo Koike / Goseki Kojima / Futabasha

## TIPOLOGÍAS

1\_ © Naoko Takeuchi / Kôdansha., 2\_ © Katsuishi Kabashima, 3\_ © Fujiko F. Fujio / Shôgakukan, 5\_ © Fujiko F. Fujio / Shôgakukan, 6\_ © Takashi Yanase / Fotografía: © José Andrés Santiago, 7\_ © Yôichi Takahashi / Shueisha., 8-9\_ © Akira Toriyama / Shueisha, 10\_ © Sanpei Satô., 11\_ © Yoshihiro Tatsumi., 12\_ © Yûicirô Ōbayashi / Yasuyuki Tagawa., 13\_ © Jirô Gyû / Ryô Sakonji., 14\_ © Naoki Yamamoto / Shôgakukan., 15\_ © Jiro Taniguchi., 16-17\_ © Katsuhiko Ôtomo / Kodansha., 18-19\_ © Rumiko Takahashi / Shôgakukan, 20\_ © Ryoko Ikeda, / Shueisha., 21\_ © Wataru Yoshimizu / Shueisha., 22\_ © Shôsuke Kuragane., 23\_ © Machiko Hasegawa / Asahi Shinbun, 24\_ © Osamu Tezuka / Tezuka Productions, 25\_ © Ryoko Ikeda, / Shueisha., 26\_ © Keiko Takemiya / Shôgakukan., 27\_ © Kyoko Mizuki / Yumiko Igarashi / Kôdansha., 28\_ © Akimi Yoshida, / Shôgakukan., 29\_ © Mari Okazaki / Shueisha., 30\_ © Makoto Kobayashi / Kôdansha., 31\_ © Moyoko Anno / Shodensha., 32\_ © Fujio Akatsuka., 33\_ © Mitsuteru Yokoyama., 34\_ © Naoko Takeuchi / Kôdansha., 35\_ © Mizuki Kawashita / Shueisha., 36\_ © Rumiko Takahashi / Shôgakukan, 37\_ © Gô Nagai / Shueisha, 38\_ © U-Jin / Shôgakukan / Cybele Publishing., 39\_ © U-Jin / Shôgakukan / Cybele Publishing // Katsu Aki / Hakusensha., 40\_ © Suwa

Yuuji / Shôbunkan., 46\_ © Takashi Ishii / Shônen Gahôsha., 47\_ © Moyoko Anno / Shodensha., 48\_ © Naoki Yamamoto / Shôgakukan., 49\_ © Katsu Aki / Hakusensha., 50\_ © Toshi-ki Yui., 52\_ © U-Jin / Shôgakukan / Cybele Publishing., 53\_ © Tatsuhiko Yamagami / Akita Shôten., 54\_ © Shiwasi no Okina / Seraphim Comic., 55\_ © Watanabe Wataru / Shôbunkan., 56\_ © Hideo Azuma., 57\_ © Hideo Azuma / Serufu Shuppan., 58\_ © Hideo Azuma., 60\_ © Toshio Maeda / Shueisha., 61\_ © Aki Uchiyama., 64\_ © Akimi Yoshida / Shôgakukan., 65\_ © Keiko Takemiya / Shôgakukan., 66\_ © Wataru Yoshimi-zu / Shueisha., 67\_ © Sun Shuppan., 68\_ © Minami Ozaki / Shueisha., 69\_ © Hiyori Otsu., 70\_ © Milk Morinaga / Shueisha., 71\_ © Oku Hiroya / Shueisha., 72\_ © Ryoko Yamagishi / Shueisha., 73\_ © Naoko Takeuchi / Kôdansha., 76\_ Fotografía: © José Andrés Santiago, 77\_ © Comiket., 79\_ © Comiket., 80\_ © Gekkan Peke., 81\_ © Nihon Shuppansha., 83\_ © Fujio Akatsuka / Kôdansha., 84\_ © Tatsuhiko Yamagami / Akita Shoten., 85\_ © King Terry / Pete Dako., 86\_ © Yoshito Usui / Futabasha., 87\_ © Kazuyoshi Torii / Shueisha., 88\_ © Katsuhiko Hotta / Takeshobo., 89\_ © Osamu Akimoto / Shueisha., 90\_ © Takao Saito / Shôgakukan., 91\_ © Tsukasa Hojo / Shueisha., 92\_ © Kazuo Koike / Ryoichi Ikegami / Shôgakukan., 93\_ © Sho Fumimura / Ryoichi Ikegami / Shôgakukan., 94\_ © Monkey Punch / Futabasha / Chuokoron-Shinsha., 95\_ © Goshô Aoyama / Shôgakukan., 96-98\_ © Sanpei Shirato / Katsuichi Nagai / Shôgakukan., 99\_ © Kazuo Koike / Goseki Kojima / Futabasha., 100\_ © Hiroshi Hirata., 101\_ © Hiroaki Samura / Kôdansha., 102\_ © Sentarô Kubota / Kenichi Sakemi / Hideki Mori / Shôgakukan., 103\_ © Nat-suo Sekikawa / Jiro Taniguchi / Futabasha., 104\_ © Nobuhiro Watsuki / Shueisha., 105\_ © Tetsuya Chiba / Shôgakukan., 106\_ © Yôichi Takahashi / Shueisha., 107\_ © Mitsuru Adachi / Shôgakukan., 108\_ © Takehiko Inoue / Shueisha., 109-110\_ © Asao Takamori / Tetsuya Chiba / Kôdansha., 111\_ © Shotaro Ishinomori / Nihon Keizai Shinbun., 112\_ © Honda Motor Co., Ltd., 113\_ © Osamu Tezuka / Tezuka Productions., 114\_ © Ryo Mizuno / Akihiro Yamada / Kadokawa Shôten., 115\_ © Mitsuteru Yokoyama / Kobunsha., 116\_ © Gô Nagai / Shueisha., 117\_ © Sunrise., 118-119\_ © Masamune Shirow / Kôdansha., 120\_ © Katsuhiko Ôtomo / Kôdansha., 121\_ © Hayao Miyazaki / Tokuma Shoten.

## ANIME

1\_ © Osamu Tezuka / Tezuka Productions., 2\_ © Hayao Miyazaki / Studio Ghibli / Toei., 3\_ © Hayao Miyazaki / Studio Ghibli., 4\_ © Pixar / Studio Ghibli., 5\_ © Hayao Miyazaki / Studio Ghibli., 6\_ © Hayao Miyazaki / Studio Ghibli., 9\_ © Masamune Shirow / Mamoru Oshii / Production I.G.

## MERCADO

3\_ © Akira Toriyama / Shueisha., 7\_ © Masashi Kishimoto / Shueisha., 8\_ © Eiichiro Oda / Shueisha., 9\_ © Tite Kubo / Shueisha., 15-16\_ © Hayao Miyazaki / Studio Ghibli., 20-21\_ © Kodansha., 22-23\_ © Shôgakukan., 24\_ © Tatsunoko Productions., 25\_ © Tatsunoko Productions / Capcom., 26\_ © Tatsunoko Productions., 27\_ © Osamu Tezuka / Tezuka Productions., 28\_ © Izumi Matsumoto / Shueisha., 29\_ © Tsukasa Hojo / Shueisha., 30\_ © Kazuo Koike / Goseki Kojima / Futabasha., 31\_ © Katsuhiko Ôtomo / Kodansha., 32\_ © Frederik L. Schodt / Kodansha., 33\_ © Masashi Kishimoto / Shueisha / Viz Media., 34\_ © Nintendo., 35\_ © Disney-Pixar / Studio Ghibli., 36\_ © Zuiyo Enterprises., 37\_ © Gô Nagai / Shueisha., 38\_ © Kyoko Mizuki / Yumiko Igarashi / Kôdansha., 39\_ © Katsuhiko Ôtomo / Kodansha / Akira Committee., 40-41\_ ©

Akira Toriyama / Shueisha., 42\_ © Katsuhiko Ôtomo / Kodansha., 43\_ © Masashi Kishimoto / Shueisha., 44\_ © Tite Kubo / Shueisha., 45\_ © Akira Toriyama / Shueisha., 46\_ © Eiichiro Oda / Shueisha., 48-49\_ Fotografía: © José Andrés Santiago, 50-53\_ © Nintendo., 54\_ © Nintendo / Time Magazine., 55-56\_ © Nintendo., 57\_ © Nintendo / All Nippon Airways Co., Ltd., 58\_ © MOFA., 59-61\_ © Sanrio., 62\_ © Osamu Tezuka / Tezuka Productions / Imagi Animation Studios., 63\_ © Akira Toriyama / Shueisha / 20th Century Fox., 64\_ © Yukito Kishiro / Shueisha., 65\_ © Katsuhiko Ôtomo / Adidas AG., 66\_ © Docomo / Gainax.

## SOCIEDAD

3\_ © Toyota Motor Corporation., 4\_ © Katsuhiko Ôtomo / Kodansha / Akira Committee., 5\_ © MOFA., 6\_ © Fujiko F. Fujio / Shôgakukan., 7\_ © Eiichirô Oda / Shueisha., 8\_ © Gô Nagai / Kodansha., 9\_ Fotografía: © José Andrés Santiago., 11-12\_ © Shôji Kawamori / Studio Nue., 14\_ © Nakano Hitori / Shinchosha., 15\_ © Hidenori Hara / Shôgakukan., 16\_ © Fuji Television., 17\_ © Hidenori Hara / Shôgakukan., 18\_ © MTV Films., 19-21\_ © Hidenori Hara / Shôgakukan., 22-25\_ Fotografía: © José Andrés Santiago., 26\_ © Gainax., 27\_ © Yûzô Minazuki / Seraphim Comic., 28\_ © Hidenori Hara / Shôgakukan., 29\_ © Welcome to the NHK., 30\_ © Mizuno Makoto / Kadokawa Shoten., 33\_ © Orient Dolls., 34\_ © 2009 La Carmina., 35\_ © D.Shaw / Morning Musume., 36\_ © Anime Expo 2009., 37\_ © Eva Lara / Ficomic., 38\_ © Guinness World Records., 39\_ Fotografía: © José Andrés Santiago., 40-41\_ © Akira Toriyama / Shueisha., 42\_ © Nacho Fernández / Álvaro López., 43\_ © Nacho Fernández., 44\_ © Jesulink.com / Raruto., 45\_ Fotografía: © José Andrés Santiago., 46\_ © Surutto Kansai Association., 47\_ © Hikone., 48\_ © Satoru Tsuda., 49\_ © Daikin Industries, Ltd., 50\_ © Nintendo Company Ltd., 51\_ © Sanrio Co., 52-53\_ © Kyoto International Manga Museum / Fotografía: José Andrés Santiago., 54\_ © Kyoto International Manga Museum., 55-56\_ Fotografía: © José Andrés Santiago., 58\_ © Tokyo Metropolitan Police Department., 59\_ Fotografía: © José Andrés Santiago.

## ARTE CONTEMPORÁNEO

1\_ © Gorillaz / EMI Music Spain S.A., 2\_ © Hayao Miyazaki / Studio Ghibli., 3\_ © Takashi Murakami / Kaikai Kiki Co., Ltd. / Kanye West / Mascotte Holdings, LLC., 4\_ © Leiji Matsumoto / Daft Punk / Toei Animation Co., Ltd., 6\_ © Tarô Okamoto., 7\_ © Yoko Ono., 8\_ © Hiroshi Sugimoto., 9\_ © Yayoi Kusama., 10\_ © Tatsuo Miyajima & TGA Co., Ltd., 11\_ © Yasumasa Morimura., 12\_ © Mariko Mori., 13-20\_ © Takashi Murakami / Kaikai Kiki Co., Ltd., 21\_ © YNG / CAC Málaga., 22\_ © Yoshitomo Nara., 23\_ © YNG / CAC Málaga., 24\_ © Yoshito Usui / Futabasha., 25\_ © Yoshitomo Nara., 26\_ © Chiho Aoshima / Kaikai Kiki Co., Ltd. 2006., 27\_ © Chinatsu Ban / Kaikai Kiki Co. Ltd. 2005., 28\_ © Rei sato / Kaikai Kiki Co. Ltd. 2008., 29\_ © Aya Takano / Kaikai Kiki Co., Ltd. 2006., 30\_ © Takashi Murakami / Kaikai Kiki Co., Ltd., 31\_ © Takashi Murakami / Kaikai Kiki Co., Ltd., 2002., 32\_ © Shigeru Mizuki / Kodansha., 33\_ © Ryûichi Yokoyama., 34\_ © Brooklyn Museum., 35\_ © Keiji Nakazawa / Shueisha., 36\_ © Motohiko Odani., 37\_ © Kenji Yanobe., 38\_ © Hisaharu Motoda., 39-42\_ © Yoshitaka Amano., 43\_ © Muchovo Muzeum., 44-46\_ © Yoshitaka Amano., 47\_ © Takashi Murakami / Kaikai Kiki Co., Ltd., 1997., 48-49\_ © Mahomi Kunikata., 50\_ © Mr./Kaikai Kiki Co., Ltd. 2003., 51\_ © Makoto Aida., 52\_ © Hideomi Fukuchi., 53\_ © Ryoko Suzuki., 54\_ © Sako Kojima., 55\_ © Ichihiro Tanaka.



A mi familia, por su apoyo incondicional en todos los momentos de mi vida.

A mi mentora y amiga, Ana Soler, por ayudarme en durante este largo periplo, por confiarme sus proyectos e inquietudes artísticas e investigadoras, y por depositar en mi una confianza de la que espero llegar a ser justo merecedor.

A Mika Nozaki, *sensei* y amiga, por enseñarme a amar un idioma y una cultura fascinantes.

A Marc, sin cuya inestimable colaboración no habría sido posible concluir esta obra.

A mis amigos y a todos los que han participado en el desarrollo de esta investigación.

